

TARTU ÜLIKOOL  
Majandusteaduskond  
Ettevõtte majanduse instituut

Kadiliina Kuusik

**VÄIKEETTEVÕTETE RAHVUSVAHELISTUMINE  
EESTI MIKRO– JA VÄIKEETTEVÕTETE VÕRDLUSES**

Magistritöö ärijuhtimise magistri kraadi taotlemiseks ärijuhtimise erialal

Juhendaja: rahvusvahelise ettevõtluse vanemteadur, PhD Tiia Vissak

Tartu 2013

Soovitan suunata kaitsmisele.....

(T. Vissak)

Kaitsmisele lubatud “ “ ..... 2013. a.

Rahvusvahelise ettevõtluse ja innovatsiooni õppetool õppetooli juhataja

.....

professor, akadeemik Urmas Varblane

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(K. Kuusik)

# SISUKORD

EESSÕNA.....	4
SISSEJUHATUS .....	5
1. RAHVUSVAHELISTUMISE TEOREETILISED KÄSITLUSED JA VÄIKEETTEVÖTETE ERIPÄRA .....	10
1.1. Rahvusvahelistumise teoreetilised käsitlused .....	10
1.2. Väikeettevõtete rahvusvahelistumine .....	23
2. RAHVUSVAHELISTUMINE EESTI MIKRO– JA VÄIKEETTEVÖTETE NÄITEL .....	33
2.1. Hüpoteeside püstitus, uurimismetoodika ja valim .....	33
2.2. Hüpoteeside kontroll ja arutelu .....	43
2.3. Muud küsitluse tulemused võrdluses teoreetiliste seisukohtadega ning rahvusvahelistumise mustrite jaotused .....	51
KOKKUVÕTE.....	61
VIIDATUD ALLIKAD .....	71
LISAD .....	80
Lisa 1. Küsimustik Eesti eksportivatele mikro– ja väikeettevõtetele (kaaskirjaga) ....	80
Lisa 2. Eesti eksportööride arv aastast 2008–2012 .....	88
Lisa 3. Eesti eksportööride ekspordimaht miljonites eurodes 2008–2012 .....	89
Lisa 4. Koguvälimi rahvusvaheline regiooniline jaotus .....	90
Lisa 5. Ettevõtjate hinnangud 4 palli skaalal loetletud takistustele rahvusvahelistumisel .....	91
Lisa 6. Üldvälimi välismeetodite jaotus .....	91
Lisa 7. Ettevõtete hinnangud 4 palli skaalal rahvusvahelistumise põhjuste kohta.....	92
Lisa 8. Uuringküsimuste protsentjaotustabelid mikro– ja väikeettevõtete lõikes. ....	93
Lisa 9. Ettevõtjate hinnangud sihtturu– analüüsile ning valikuprotsessile .....	101
Lisa 10. Ettevõtete hinnangud 4 palli skaalal teadmiste ja kogemuste kohta .....	102
SUMMARY .....	103

## EESSÕNA

Ma tänan kõiki inimesi, kes aitasid kaasa minu ühe väga suure unistuse täitumisele. Minu erilised tänud juhendajale vanemteadur Tiia Vissakule, kes vastas minu suurele hulgale elektroonilistele kirjadele, julgen väita, peaaegu alati, poole tunni jooksul ning kelle tuge ma tundsin, kelle tugi oli mulle väga oluline ning kellega vesteldes ma tundsin harmooniat ja üksteise mõistmist. Ma tänan oma fantastilist perekonda: minu armast väikest poega, kallist elukaaslast ning toetavaid vanemaid, keda ma ülekõige armastan, samuti sugulasi, sõpru ja töökaaslasi – teadsid nad ju koguaeg, et olen kõigeks võimeline! Minu eraldiseisvad siirad tänud ka retsensendile dotsent ja vanemteadur Tõnu Roolahtile, kelle retsensioon oli ülimalt põhjalik, aidates kaasa veelgi täiuslikuma töö valmimisele. Loomulikult tänan ka enda kursusekaaslasi, kellest nii mõnestki on saanud minu hea sõber ja mõttekaaslane ning tervet Avatud Ülikooli Majandusteaduskonna personali, õppejõude ning vaimu, kellest on väga raske loobuda, kuid kes jätsid minu ellu unustamatud aastad, selgitades kurssi ning aidates mul saavutada veelgi suurema enesekindluse. Ma soovin kõigile eelpool nimetatud inimestele südamest edu ning minu sügav kummardus nende poole! Mis nüüd muud, kui täita padrunid ning lokaliseerida oma jõud ümber järgmistele vallutustele!

## SISSEJUHATUS

Globaliseerumine ja tehnoloogiline areng on kaks peamist trendi, mis on teinud võimalikuks ka piiratud ressurssidega väikeettevõtetele saavutada edu rahvusvahelistel turgudel. Kuid võib öelda, et need välised tegurid ei võimalda edu, vaid toetavad seda, juhul, kui ettevõtte sisemised kompetentsid on piisava rahvusvahelise võimekusega. Oluline on mõista, et viimast ei taga mitte üksnes finantsvahendid ning inimressursi suurus, vaid ka mitmed teised immateriaalsed ressursid, nagu näiteks teadmised, kogemused, innovatiivsus, kõrgtehnoloogia, juhtkonna maailmavaade jpm. Kui kaua aega arvati, et rahvusvaheline tegevus on ainult suurte ettevõtete pärusmaa ning see toimub aeglaselt ja etapiviisiliselt järjest kogemuste juurde saades ning alustades geograafiliselt- ja tunnetuslikult lähedastest maadest, siis nüüd on näha kasvavat trendi, kus väikeettevõtted rahvusvahelistuvad isegi kohe peale asutamist ning mitte ainult lähiturgudele, vaid ka kaugematele (Cavusgil, Knight, 2009; Sui *et al.*, 2012).

Töö temaatika on oluline kahte aspekti silmas pidades: esiteks moodustavad väikese ja keskmise suurusega ettevõtted 99% kõikidest Euroopa ettevõtetest, kusjuures nendest üheksa kümnest moodustavad mikroettevõtted (Small and ... 2013) ning on seega eriti tähtis mõista nende olulisust majanduse selgroona. Teiseks, hoolimata piiratud ressurssidest, mängivad mikro- ja väikeettevõtted üha suuremat rolli rahvusvahelises kaubanduses. Siinkirjutaja peab oluliseks kitsendada valim mikroettevõtete tasemeni välja, kuna võib öelda, et sellekohaste uuringute empiiriline baas on väga piiratud ning seetõttu vajab selles lõikes rahvusvahelistumise temaatika täiendavat ning segmenteeritumat uurimist. Enamus uuringuid on tehtud VKE-de lõikes, kus kõiki sellesse kuuluvaid ettevõtteid on käsitletud ühise valimina, hoolimata väga suurest sisulisest erinevusest kas tegu on näiteks mikroettevõtte mõne või keskmise suurusega ettevõtte 249 töötajaga. Väike- ja mikroettevõtete rahvusvahelistumine, erinevates kontekstuaalsetes perspektiivides, näiteks regiooniline kontekst, on senini olnud alauuritud ja/või esilekerkiv temaatika VKE-de rahvusvahelistumist käsitlevate uuringute

hulgas (Fillis *et al.*, 2013). Samuti ei ole varasemad uuringud olnud edukad eristamaks mikro- ja väikefirmasid (Westhead *et al.*, 2002). Limiteeritud mikroettevõtete uuringute hulga tõttu, kaasatakse töö teoreetilisteks subjektideks ka VKE-d ühtse grupina, mille põhiseid uuringuid on mõnevõrra rohkem ja mida on hea kasutada võrdlusvalimina.

Lisaks on rahvusvahelistumise temaatika mikroettevõtete hulgas töö autorile eriti hingelähedane. Töö autoril on mitmeid ekspordikogemusi mikroettevõtetes, töötab hetkel arendusjuhina rahvusvahelises põllumajandustoorme vahendusega tegelevas mikroettevõttes arendades selle eksporti ning importi, osaleb aktiivselt ülemaailmselt toimuvates ITM (*International Trade Management*) *Worldwide* sihtasutuste programmides, mille eesmärgiks on tõsta VKE-de rahvusvahelist kohalolekut ning on asutajaks ja juhiks väikesele nišiettevõttest mikroettevõttele, kus hetkel teises faasis oleva tootearenduse tulemusena soovitakse lansseerida rahvusvahelisele turule nišitoode Eesti kasemahlast.

Lihtsam oleks võrrelda suuri ja väikeseid ettevõtteid, kuid antud magistritöö eesmärk on, fookuseerides just ala-uuritud kõige väiksema töötajate arvuga ettevõtete gruppidele, tuua välja rahvusvahelistumise sarnasused ja erinevused Eesti mikro- ja väikeettevõtete vahel, lähtudes peamiselt kolmest aspektist: rahvusvahelistumise ajast (*internationalization time*), rahvusvahelistumise tasemest (*scale of internationalization*) ja ulatusest (*scope of internationalization*). Siinkohal tuleb täpsustada defineering, et kirjanduses ei ole rahvusvahelistumise ajaks nimetatuna ka rahvusvahelistumise kiiruseks mitte rahvusvaheliselt tegutsetud aeg, vaid aeg, millal alustati rahvusvahelise tegevusega peale ettevõtte asutamist.

Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud alljärgnevad uurimisülesanded:

1. anda teoreetiline ülevaade üldlevinud rahvusvahelistumise käsitlustest 1970. aastatest, fookuseerides peamiselt astmelisele *versus* mitte-astmelisele lähenemisele;
2. käsitleda empiirilisi uurimusi VKE-de rahvusvahelistumise kohta erilise fookusega mikro-ja väikeettevõtete põhjal tehtud uurimustel;
3. uurida lähemalt VKE-de rahvusvahelistumise mustreid (*internationalization patterns, pathways*) käsitlevaid lähenemisi;

4. läbi viia küsitlus eksportivate Eesti mikro– ja väikeettevõtete hulgas ning analüüsida ning leida seoseid uuringutulemuste ja üldlevinud rahvusvahelistumise käsitluste ning varasemate sarnaste uuringute põhjal;
5. jaotada mikro– ja väikeettevõtted kirjanduses üldlevinud rahvusvahelistumise mustrite järgi jaotava autori poolt kohandatud mudeli alusel ning vaadelda mikro– ja väikeettevõtete vahelisi erinevusi jaotuses astmeline *versus* kiire rahvusvahelistumine;
6. kontrollida olulisustesti abil töös esitatud hüpoteeside paikapidavust ning uurida mikro– ja väikeettevõtete vahelisi erinevusi ka töös käsitletud teiste rahvusvahelistumise aspektide põhjal;
7. teha ettepanekud antud temaatika edasiseks uurimiseks.

Vaatlemaks võrdluses Eesti mikro– ja väikeettevõtete rahvusvahelistumise struktuuri, toetutakse hüpoteeside püstitamisel üldlevinud rahvusvahelistumise kontseptsioonide dimensioonidele nagu rahvusvahelistumise kiirus ja rahvusvaheline ulatus (turgude arv ja kaugus). Samuti uuritakse lähtuvalt astmelisele mudelile, kas kogemuste juurde saades toimub ka globaalne laienemine. Eeldused põhinevad nii empiirilistel kui statistilistel uuringutel kui üldstatistikal, mis tõestavad, et ettevõtte suurusega kasvab ka ettevõtte rahvusvaheline võimekus ning seetõttu eeldab siinkirjutaja, et mikroettevõtetele, olles ressursipiiratumad, on rahvusvahelistumine võrreldes väikeettevõtetega suuremaks väljakutseks. Olulisel kohal on Euroopa Liidu poolt läbiviidud uuring (Internationalisation of ... 2010) Euroopa VKE–de rahvusvahelistumise kohta, kus eraldi gruppidenä on vaatluse all ka mikro– ning väikeettevõtted. Hüpoteesideks on:

H<sub>1</sub>: Mikroettevõtted rahvusvahelistuvad aeglasemalt kui väikeettevõtted.

H<sub>2</sub>: Mikroettevõtted tegutsevad väiksemal arvul turgudel kui väikeettevõtted.

H<sub>3</sub>: Mikroettevõtted eelistavad rohkem lähiturge kui väikeettevõtted.

H<sub>4</sub>: Pikema rahvusvahelise tegevusega ettevõtted tegutsevad rohkematel turgudel.

Käesoleva magistritöö raames viib töö autor läbi uurimuse rahvusvahelistunud Eesti mikro– ja väikeettevõtete hulgas, selgitades välja nende rahvusvahelistumise taseme (ekspordi osakaal, välistegevuse meetod) ja ulatuse (sihtriikide arv ja kaugus, regionaalsus), rahvusvahelistumise kiiruse ja mitmed teised rahvusvahelistumist

puudutavad aspektid nagu näiteks rahvusvahelistumise eelteadmised, kogemused, eeltegevused, põhjused, takistused jt. Ka kõiki neid aspekte vaadeldakse mikro- ja väikeettevõtete võrdluses.

Samuti teostatakse töö käigus uuringu tulemuste põhjal eeldatav selles osalenud ettevõtete liigitus eraldi mikro- ja väikeettevõtete lõikes rahvusvahelistumise mustrite alusel. Selleks on töö autor koostanud mudeli Olli Kuivalainen *et al.* (2012a) rahvusvahelistumise mustrite (Uppsala mudel, *international new venture, born-global, born-again global*) liigituseks disainitud mudeli põhjal ning modifitseerinud seda vastavalt sellekohasele kirjandusele, töö autori seisukohtadele ning empiirilises uuringus koostatud küsimustikule.

Magistritöö koosneb kahest peatükist: esimene peatükk keskendub rahvusvahelistumise teoreetilistele käsitlustele ning teine empiirisele osale. Esimese osa esimeses alapeatükis (1.1.) arutletakse ajaloo jooksul kõige enam levinud rahvusvahelistumise lähenemiste üle, põhifookusega astmeline ja aeglane (Uppsala mudel) *versus* mitteastmeline ja kiire (*international new ventures=born-globals=born-again globals*) rahvusvahelistumine. Töö ei käsitle pikemalt mitte-lineaarset rahvusvahelistumist ning empiiriline osa uurib ainult põgusalt turgudelt taandumise ning selle põhjuste kohta.

Teine alapeatükk (1.2.) käsitleb mikro- ja väikeettevõtete rahvusvahelistumist, uurides seost väikese suuruse ning rahvusvahelise võimekuse vahel ning käsitledes eraldi just mikro- ja väikeettevõtete baasil tehtud empiirilisi uurimusi. Samuti on käsitletud mitmeid VKE-de põhjal tehtud empiirilisi uurimusi, mida on teaduslikus kirjanduses märksa rohkem. Samuti leiab selles peatükis aset hüpoteeside argumentatsioon, kus olulist rolli mängib ka Euroopa Liidu VKE-de rahvusvahelistumise uuringu (Internationalisation ... 2010) tulemused, mille valimi suuruseks oli üle 9000-e Euroopa Liidu VKE-e.

Teoreetilise tagapõhjuna kasutatakse töös ettevõtete rahvusvahelistumist puudutavaid teadusartikleid, toetudes peamiselt autorite Johanson ja Vahlne, Wiedersheim-Paul, McDougall ja Oviatt, McKinsey, Luostarinen ja Welsh, Andresen, Moen, Bell, Knight ja Cavusgil empiirilistele uurimustele. Mikroettevõtete põhjal tehtud uurimustes mängivad enim rolli McNaughton, Westhead, Ucbasaran, Fillis, Hermel, Khayat jt.



autorite tööd. Lisaks on eraldi vaatluse all Kuivalainen, Sundqvisti, Saarenketo, rahvusvahelistumise mustrite käsitus.

Magistritöö empiiriline osa koosneb kolmest alapeatükist. Esimeses alapeatükis (2.1.) püstitatakse hüpoteesid, kirjeldatakse uurimismetoodikat ning antakse ülevaade valimist ning rahvusvahelistunud Eesti mikro- ja väikeettevõtete üldstatistikast. Valimi segmentatsiooni aluseks on ettevõtte suurus lähtuvalt töötajate arvust: 1–9 (mikroettevõtte) ja 10–49 (väikeettevõtte) (Summaries of ... 2013). Struktureeritud ankeetküsimustik edastati elektrooniliselt 1000-le eksportivale Eesti mikro- ja väikeettevõttele. Vastanute protsent oli 21%. Teises alapeatükis (2.2.) toimub hüpoteeside kontroll ning tulemuste arutelu. 2.3-s analüüsitakse võrdluses teiste autorite varasemate töödega rahvusvahelistunud Eesti mikro- ja väikeettevõtete seas läbi viidud uuringu tulemusi teiste aspektide lõikes eesmärgiga leida valimi gruppide vahelisi statistiliselt olulisi erinevusi. Samuti tuuakse välja statistiliselt mitteolulised, kuid töö autori arvates märkimisväärsed erinevused. Viimasena teeb töö autor ettepanekud antud temaatika edasiseks uurimiseks.

Kuna rahvusvahelistumine kätkeb endas ka riiki sissepoole suunatud tegevusi nagu näiteks kaupade kaudne- ning otsene import, litsentside ostmine välisettevõtelt, ettevõtte kuulumine välisomanikele, tootmine välismaal (eesmärgiga müüa toodang koduturul), ühisettevõtete loomine, tuleb ära täpsustada asjaolu, et tingituna töö mahust ja fookusseerimise soovist, keskendutakse siinpuhul riigist väljapoole suunatud tegevusele, eelkõige ekspordile.

Vältimaks rohket inglise keelsete mõistete kasutust, näeb töö autor vajalikuks defineerida ära lühendid järgmiselt:

*International new venture* = rahvusvaheliselt sündinud ettevõtte = RSE;

*Born-global* = globaalsena sündinud ettevõtte = GSE;

*Born-again global* = globaalsena taassündinud ettevõtte = GTSE.

# 1. RAHVUSVAHELISTUMISE TEOREETILISED KÄSITLUSED JA VÄIKEETTEVÖTETE ERIPÄRA

## 1.1. Rahvusvahelistumise teoreetilised käsitlused

Peamised rahvusvahelistumise protsesside käsitlused 1970. aastatest võib laiemalt jaotada kolme suuremasse klassi. Esimene neist käsitleb rahvusvahelistumist järkjärguliselt, alustades lähimaadest ning lihtsamatest välistegevuse meetoditest (Bilkey 1978; Johanson, Vahlne 1977). Teine rühm teadlasi uurib ettevõtteid, kes sisenevad korraga mitmetele turgudele, ka kaugematele, kasutades selleks ka keerulisemaid meetodeid (McDougall, Oviatt 1994; Zahra 2005). Mõned uuemad ning komplekssemad käsitlused (McNaughton 2003, Vissak *et al.* 2012; Welch, Welch 2009) lähtuvad mitte–lineaarsest rahvusvahelistumise muustrist, mis sisaldab endas kas täielikku või osalist turgudelt taandumisi ja/või uuesti rahvusvahelistumisi. Vanemate käsitluste järgi tähendab rahvusvahelistumine protsessi, mille käigus ettevõtte rahvusvaheline seotus astmeliselt kasvab (Johanson, Vahlne 1977, Welch, Luostarinen 1988). Uuemad kontseptsioonid aga käsitlevad ka rahvusvahelistumise mitte–lineaarset loomust, kus toimub ka deinternatsionaliseerumine, vabastades ühelt turult ressursid osaliselt või täielikult eesmärgiga suunata need teisele turule, et tõepoolest ajutiselt või püsivalt vähendada rahvusvahelistumise mahtu või seotuse astet (Vissak *et al.* 2012; Welch, Welch 2009).

Esimestena panid ettevõtete rahvusvahelistumise terviklikumasse mudelisse Rootsis Uppsala ülikooli teadlased Johanson, Wiedersheim–Paul ja Vahlne, kes lõid Uppsala mudeli (U–mudeli) (Johanson, Vahlne 1977). Selle mudeli kohaselt alustavad ettevõtted rahvusvahelistumist tunnetuslikult lähedastest maadest (Johanson, Wiedersheim–Paul 1975). Teisisõnu, tunnetuslik distants (*psychic distance*), mille all mõeldakse kultuurilist lähedust, mis kätkeb endas erinevusi keeles, kultuuris, poliitilises–,

juriidilises-, majandus-, haridussüsteemis või tegevusharu arengutasemes (Johanson, Vahlne 1977: 24). Viimase aspekti olulisus rahvusvahelistumisel on küll mõnevõrra nõrgenenud, kuid on endiselt oluline just otsustajate tasandil (Johanson, Vahlne, 2009). Astmelise mudeli dünaamika seisneb ettevõtete kogemuste- ning rahvusvahelise seotuse astme suurenemises, kus välisturul tegutsemise meetodid muutuvad järjest keerukamaks. Kusjuures autorite seisukoht on, et vajalikud teadmised saadakse peamiselt läbi välistegevuste (Johanson, Vahlne 2009: 23). Viimast illustreerib järgnev rahvusvahelistumise järjekord (Johanson, Wiedersheim–Paul, 1975: 307), mida nimetatakse teisisõnu „loomise ahelaks“ (*establishment chain*), kus on näha, kuidas astmeliselt rahvusvahelistumise osaluse määr ehk tase tõuseb kuni suurte kapitalimahukate investeeringuteni välja:

1. Puudub regulaarne eksporditegevus;
2. Eksport läbi iseseisvate esindajate (agentide);
3. Välismaise müügifiliaali loomine;
4. Välismaise tootmisüksuse loomine.

Esimest etappi iseloomustab välistegevuse juhuslikkus ning kaootilisus. Teisse etappi võib töö autori arvates hõlmata nii otsese ekspordi ehk ekspordi läbi välismaise esindaja kui ka kaudse ekspordi ehk ekspordi läbi kodumaise vahendaja. Töö autor näeb siinkohal vajadust rõhutada ka mudelist välja jäänud omaekspordi meetodit, kus eksport teostatakse läbi oma ettevõtte inimressursi. Viimase töid rahvusvahelistumise dimensioonide kirjeldamisel ekspordiosakonnana eraldi välja ka Welch ja Luostarinen (1988: 39). Kolmandas etapis luuakse juba enda müügi- ning viimases iseseisev tootmisüksus sihtriiki. Nende etappide vahele on Calof ja Beamish (1995: 118) lisanud hiljem veel ühe meetodi: ühisettevõtte loomise välisriigis.

Kuid ka juba Johanson ja Wiedersheim–Paul (1975) väidavad, et rahvusvaheline areng ei pea toimuma kõiki etappe läbides. Mitmed turud ei ole piisavalt suured, et mõttekas oleks olla ressursiseostlikkum (*resource commitment*) või siis toimub koheselt mõni ressursiseostlikkum etapp, kuna firma omab ulatuslikku välisturgude kogemuste pagasit (Johanson, Wiedersheim–Paul, 1975: 307). Johanson ja Vahlne (1988: 12) lisavad eranditena suuremate ressurssidega firmad, kes saavad astuda suuremaid samme ning suuremaid samme saab teha ka stabiilsetel ja homogeensetel turgudel, mille kogemusi

saab üle kanda teistele turgudele. Töö autor lisab siinkohal, et tänapäeva majanduskeskkonna üks trendidest on järjest enam homogeniseeruva globaalse turu tekkimine ja seega võib oletada, et tulevikus toimub rahvusvahelistumine järjest kiiremini.

Luostarinen (1989) kirjeldab väikese ja avatud koduturuga firmade rahvusvahelistumist POM-mudeli kaudu, milles on kolm olulist dimensiooni: toode, tegevus ja turg (Luostarinen 1989: 180). Mudel ei leia ühtset peamist mustrit, kuna ettevõtted on väga erinevad, kuid kirjeldab ära astmelise rahvusvahelistumise arengu (*Ibid.*: 195) Rahvusvahelistumise protsess on kui organisatsiooniline õppimisprotsess, kus toimuvad dünaamilised muutused toode – tegevus – turg (*product–operation–market=POM*) strateegiates suurenenud teadmiste hulga, kogemuste ja rahvusvahelistumise informatsiooni mõjul. Mudelis tuuakse välja ettevõtte rahvusvahelistumise neli etappi, milles siis toote-, tegevus- või turustrateegiad muutuvad (*Ibid.*: 183):

1. Rahvusvahelistumisega alustamine (*starting stage*);
2. Rahvusvahelistumise arenguperiood (*development stage*);
3. Rahvusvahelistumise kasvuperiood (*growth stage*);
4. Rahvusvahelistumise küpsuseperiood (*mature stage*).

Esimeses etapis on tooteks tavaliselt koduturul edukas olnud toode ja tegevuseks kaudne- või otsene eksport ning sihtturuks väga lähedase majandusliku kaugusega turg (*Ibid.*: 185). Arenguperioodil seevastu on ettevõtte juba tutvustanud oma tooteid ja teenuseid välisturule, välistegevuse meetodina võidakse kombineerida ka investeeringuga seotud tegevusi ning sisenetakse ka kaugematele turgudele (*Ibid.*: 189). Kasvuperioodis on lisaks tootele ja teenusele tutvustatud välisturule ka muid süsteeme ja/või lisaks eelnevate etappide tegevusmeetoditele võidakse rakendada ka investeeringuid mitte vajavaid tootmisstrateegiaid ning turgude portfell täieneb järjest kaugema majandusliku distantliga maadega (*Ibid.*: 191). Küpsuseperioodil püüab ettevõtte eksportida ka teadmust ja kogemust ja/või investeeritakse tootmisüksusesse sihtriigis ning tegutsetakse juba väga globaalselt (*Ibid.*: 193):

Kuna ärikeskkond on väga suuresti muutunud, on Uppsala mudelisse tehtud täiendusi (Johanson, Vahlne 2009). „Praegu võib ärikeskkonda vaadelda kui suhete veebi, võrgustikku, mitte kui neoklassikalist turgu paljude iseseisvate varustajate ja

klientidega. Ebakindluse allikaks on tunnetuslikust distantsist enam nendest võrgustikest väljajäämine“ (*Ibid.*: 1411). Teisisõnu, Johanson ja Vahlne (2009) liigutavad käesolevas temaatikas rõhuasetuse sihtriigi–spetsiifiliselt suhete– ja võrgustike spetsiifilisele.

Innovatsioonipõhised lähenemised (I–modelid) (Bilkey, Tesar 1977; Cavusgil 1980; Czinkota 1982; Reid 1981) on sarnaselt Uppsala koolkonna mudelitele etapiviisilised ning õppimisel põhinevad rahvusvahelistumise protsessi kirjeldavad mudelid, kuid kus rahvusvahelistumise protsessi vaadeldakse innovatsioonina. Näiteks on Bilkey ja Tesar (1977) identifitseerinud kuus ekspordiprofiili või astet, kus esimesel astmel juhtkond ei ole ekspordist huvitatud, seejärel täidetakse juhuslikke tellimusi, kolmandal astmel ollakse kui passiivne eksportija, kus juhtkond aktiivselt kaalub ja uurib ekspordivõimalusi, mille järel ollakse eksperimentaalne eksportija, siis aktiivne– ning lõpuks pühendunud eksportija. Kõik need mudelid on suhteliselt sarnased kirjeldades rahvusvahelistumise protsessi samm–sammulise arenguna, nende omavahelised erinevused on pigem semantilised (Andresen 1993: 212).

Kõik ülalnimetatud rahvusvahelistumise mudelid käsitlevad piiratud ressurssidega väiksemate ettevõtete rahvusvahelistumist astmeliselt paralleelis kasvavate sihtturu kogemuste ja teadmistega, kus alustatakse ekspordiga füüsiliselt ja tunnetuslikult lähedastesse maadesse. Lisaks puudub ettevõtetel alguses regulaarne tegevus ning kasutatakse lihtsamaid ning vähem investeeringuid nõudvaid välistegevuse meetodeid (omaekspord, otsene eksport, kaudne eksport).

Paljud teadlased on oma uurimustes lähtunud asjaolust, et rahvusvahelistumine ei pruugi olla etapiviisiline. Töö autor on seisukohal, et ei saa täielikult väita, et *born–global* lähenemine on midagi täiesti uut. Juba 1980-ndatel märkis Cavusgil, et vaatamata ressursside nappusele on ka väiksemad ettevõtted võimelised kiiremini rahvusvahelistuma. Samuti väitsid Welch ja Luostarinen (1988) oma töös, et paljud nende vaatluse all olevad väikesed firmad jätsid teatud rahvusvahelistumise etappe vahele ning jõudsid ootamatult kiirelt otseste välisinvesteeringuteni. Ka hilisemad uuringud on tõestanud, et paljud *born–global* mudelile omased tunnused iseloomustavad ka traditsionaalselt rahvusvahelistumisega alustanud ettevõtteid, kuid mis radikaalselt muutuvad globaalset haaret saavutades (Chetty, Cambell–Hunt 2003:

57). Näiteks leidsid Chetty ja Cambell–Hunt (2003), et ka GSE–d (edaspidi kui globaalsena sündinud ettevõtted) valivad esimesteks turgudeks tihti füüsiliselt lähedased turud. Samuti leiti samas uuringus vastuolu Uppsala mudeli formuleeringuga, et enam rahvusvahelistunud ettevõtte valib ka suurema seotusega välissisenemismeetodi (tootmise), kus rahvusvaheliselt tootsid pigem regionaalsed, kui globaalsed ettevõtted või GSE–d (*Ibid.*: 77). Luostarinen ja Gabrielsson (2006) väitsid, et astmelistel mudelitel (*stage models*) on väga suur selgitav roll paljude väikesete ja avatud majanduses asuvate ettevõtete, ka RSE–de (edaspidi kui rahvusvaheliselt sündinud ettevõtte) rahvusvahelistumisel. Juba siit selgub, et astmelised mudeli käsitlused on tihedalt seotud ka mitte–astmeliste lähenemistega.

Enne kui sügavamalt uurida kiiresti rahvusvahelistumise ning globaalsena sündinud ettevõtete (GSE) kontseptsioone, on asjakohane ülevaatlikult analüüsida põhilisemaid erinevusi traditsionaalsete ja GSE–de rahvusvahelistumise vaadete vahel (tabel 1).

Tabelist 1 on näha astmelise (traditsionaalse) ja mitte–astmelise (GSE) rahvusvahelistumise põhierinevused peamistest rahvusvahelistumise üldaspektidest lähtuvalt. GSE lähenemisel on võtmeroll ajal (rahvusvahelistumise kiirusel), mis on peale asutamist enne rahvusvahelistumist lühike või olematu, geograafilisel haardel, mis on lai ning tihtilugu koheselt ka mitte–regionaalne ning olemasolevatel asutaja kogemustel ning rahvusvahelistumise teadmusel. Turgu nähakse globaalsena, kus turgude füüsiline ning tunnetuslik kaugus ei ole määravaks. Samuti on kiirem kogemustest õppimine tänu olemasolevale rahvusvahelisele kogemusele, strateegia on rahvusvahelise fookusega, tihti järgitakse lisaks nišistrateegiat, info-ja kommunikatsioonitehnoloogia kasutus on võtmerollis ning äripartnerite võrgustik on lai ning pidevas laienemises.

**Tabel 1.** Põhilised erinevused traditsionaalse (Uppsala mudel) *versus* GSE-de (*born-global*) lähenemiste vahel

Rahvusvahelistumise tunnused	Traditsionaalne	GSE
Koduturg	Arendatakse esimesena; tugevat positsiooni koduturul peetakse finantsstabiilsuse tagajaks rahvusvahelistumisel	Vähe oluline, turgu nähakse globaalsena
Eelnev kogemus	Mitte eeldatav	Kogemusel lisatähtsus
Juhtkonna riskijulgus	Madal	Kõrge
Ulatus	Üks turg korraga	Mitu turgu korraga
Kiirus	Astmeline	Kiire
Tunnetuslik distants	Oluline, tunnetusliku distantsi suurenemise suunas	Mitte oluline
Õppimine	Aeglane, akumul eeruvate kogemuste põhine	Kiire, kõrge rahvusvahelistumise teadmus
Strateegia	Mitte keskselt rahvusvahelise motivatsiooniga	Konkurentsieelise strateegia, rahvusvahelistumise strateegia (kiire ja täielik rahvusvahelistumine), fokusseeritud/nišiturud
Ressursid	Osaliselt integreeritud: tooted kohandatud vastavalt turule	Integreeritud: tooted standardiseeritud
Informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogiatega kasutus	Mittekeskne	Võtmeroll
Äripartnerite võrgustik	Rahvusvahelistumise alguses kasutatakse, hiljem asendatakse astmeliselt enda ressurssidega	Kiire gobaalne areng nõuab kiiret ja ulatuslikku partnerite võrgustikku
Aeg	Eduliselt mitteoluline; aeglane	Eduliselt oluline; kiire; kahe aasta jooksul

Allikas: autori koostatud (Chetty, Campbell-Hunt, 2004: 66 ja Bhardway *et al.*, 2011: 296) põhjal.

Rialp, Rialp ja Knight (2005) on rahvusvahelistumise käsitlusel identifitseerinud kolm võtmedimensiooni: asutaja ja/või asutaja meeskonna omadused (1); organisatsioonilised võimekused (2) ja strateegiline fookus (3), mis omakorda on alajaotatud kümne selleletemalisel kirjandusel baseeruva tunnuse põhjal (tabel 2).

**Tabel 2.** Rahvusvahelistumise mustrid: kiire rahvusvahelistuja=GSE/RSE mudelite ja aeglase rahvusvahelistuja=astmeliste mudelite kohaselt

Võtme dimensioon	Tunnused	GSE/RSE mudelid	Astmelised mudelid
<b>1. Asutaja (asutaja meeskonna) omadused – <i>Founder's (and/or founding team's characteristics)</i></b>	Juhtkonna visioon	Globaalne algusest peale	Rahvusvaheliste turgude etapiline areng märkimismäärse koduturu mahu baasilt
	Eelnev rahvusvaheline kogemus	Kõrge, tänu asutajate ja/või juhtide kogemustele	Ebaoluline, madal
	Juhtkonna panus	Kõrge ja väga pühendunud varasesse rahvusvahelistumisse	Üldised eesmärgid, mis pole konkreetselt rahvusvahelistumisega seotud
	Võrgustik-suhtlus	Tugevad personaalsed– ja äri võrgustikud lokaalselt ja rahvusvaheliselt; kruitsiaalne tähtsus	Nõrk võrgustik; ainult välisvahendajatel oluline roll
<b>2. Organisatsioonilised võimekused – <i>Organizational capabilities</i></b>	Turu teadmised ja turuga seotus	Kõrged	Aeglaselt kasvavad
	Mitte-materiaalsed varad	Unikaalsed (baseeruvad tavaliselt teadmusjuhtimise protsessidel), kriitilise tähtsusega	Olemasolu ja roll vähem oluline
	Väärtusloome allikad	Toote diferentseerimine, tipp tasemel tehnoloogilised tooted, tehnoloogiline innovatiivsus, kvaliteedi esimus	Vähem innovaatilised ja tipp-tasemel tooted, limiteeritud väärtusloome võimekus
<b>3. Strateegiline fookus – <i>Strategic focus</i></b>	Rahvusvahelistumise strateegia maht ja ulatus	Nišile fokusseeritus, kõrgelt proaktiivne, laieneda maailma juhtivturgudele asutamisest peale	Rohkem reaktiivne ja vähem nišile fokusseeritud, rahvusvaheliste turgudele sisenemine etapiliselt
	Selektatsioon, orientatsioon, suhted välisklientidega; strateegiline paindlikkus	Kitsalt defineeritud kliendigrupid, tugev kliendi orientatsioon, lähedased ja otsesed kliendisuhted. Ekstreemne paindlikkus kohaneda kiiresti muutuvate välistingimuste ja asjaoludega	Rahvusvahelistumise alguses vahendajate kontrolli all; piiratud paindlikkus välistingimustega

Allikas: autori koostatud (Rialp *et al.*, 2005) põhjal.



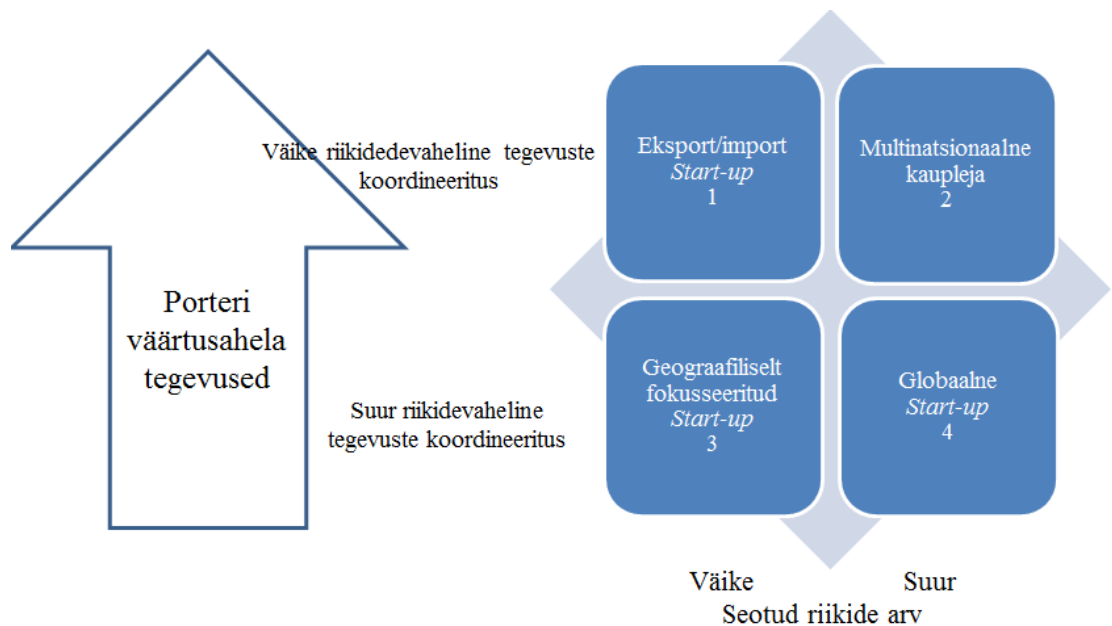
Lisaks erinevustele, kus kiireid rahvusvahelistujaid iseloomustab võrreldes aeglastega asutaja globaalne visioon, märkimisväärne kogemus ning lai äri võrgustik, on põhilisteks erinevusteks veel kõrgemad organisatsioonilised võimekused nagu hea turgude tunnetamine, unikaalsete mitte-materiaalsete varade olemasolu ning tehnoloogilised ja/või innovaatilised tooted. Erinev on ka strateegiline fookus, mis on astmeliste mudelitega võrreldes proaktiivsem, kliendile orienteeritum ning paindlikum.

Eelpool kirjeldatud rahvusvahelistumist astmeliselt käsitlevatele lähenemistele heidetakse ette, et analüüsil keskendutakse liialt ettevõtte tasandile ning ignoreeritakse individuaalset või väikese grupi tasandit (McDougall, Oviatt, Shane 1994: 469). Tuleviku uuringud peaksid rohkem fokusseeruma firma tasandi asemel indiviidi tasandile, kuna individid on otseselt strateegiliste otsuste taga (Andresen *et al.* 2004: 32). Eriti olulisena näeb töö autor indiviidi tasandilt mikroettevõtete rahvusvahelistumise uurimist, kuna ettevõtte on väike ning tihti on kogu otsustamise protsess ühe, kahe asutaja ja/või ettevõtja kanda.

Rahvusvaheliselt sündinud ettevõtteid käsitlevates mudelites (*international new ventures, born-globals*) (McDougall, Oviatt 1994; Knight, Cavusgil 1996) rahvusvahelistuvad ka väikesed ettevõtted mitte lähiturgudele vaid globaalselt ning kaugematele. Rõhuasetus on ettevõtte asutajal ja juhil, kellel on globaalne visioon, rahvusvaheline ärikompetents ja loodud rahvusvaheline äri võrgustik (McDougall, Oviatt, Shane 1994: 469). Oviatt ja McDougall löid teooria, kus käsitlesid koheselt rahvusvahelistujaid „...äriorganisatsioonidena, mis asutamise hetkest peale taotlevad koheselt märkimisväärset konkurentsieelist ressursside kasutamisest ning väljundite müügist mitmetes maades“ (McDougall, Oviatt 1994: 49). See lähenemine kirjeldab jätkusuutlikut koheselt rahvusvahelistuvat ettevõtet, kes kontrollib oma vahendeid (ilmtingimata ei oma), eriti unikaalseid teadmisi, mis loovad väärtust rohkem kui ühes riigis (*Ibid.*: 60).

Nagu jooniselt 1 on näha, jaotab Oviatt ja McDougall (1994: 59) rahvusvaheliselt sündinud ettevõtted (edaspidi RSE-d) nelja gruppi:

1. Eksport/import *Start-up* (*Export/Import Start-up*) – grupp 1;
2. Multinatsionaalne kaupleja (*Multinational Trader*) – grupp 2;
3. Geograafiliselt fookuseeritud *Start-up* (*Geographically Focused Start-up*) – grupp 3;
4. Globaalne *Start-up* (*Global Start-up*) – grupp 4.



**Joonis 1.** Rahvusvaheliselt sündinud ettevõtete tüpoloogia (McDougall, Oviatt 1994: 59, autori täiendused).

Aluseks on ühelt poolt Porteri (1998) väärtusahela tegevused (põhitegevustena: sisse- ja väljaminev logistika, igapäevane põhitegevus, turundus ja müük, teenindus; kõrvaltegevustena: ettevõtte infrastruktuur, inimressursi juhtimine, tehnoloogia, hanked), mis on kas suures (grupid 3 ja 4) või väikeses (grupid 1 ja 2) mahus riigiti koordineeritud ning teiselt poolt tegevustes osalevate riikide arv, mis on kas suur (grupid 2 ja 4) või väike (grupid 1 ja 3). Esimest kahte gruppi iseloomustab väheste tegevuste riigiti koordineeritus (peamiselt on selleks logistika). Kahe viimase grupi eripäraks erinevates tegevustes on suurem välisressursside kasutus ehk tegevused on riigiti koordineeritud rohkemas mahus. Globaalseteks *Start-up* –deks nimetatakse ettevõtteid, kes omavad märkimisväärset konkurentsieelist koordineerides paljusid

organisatsiooni tegevusi, kasutades ressursse müües väljundeid selles maailma asukohas, kus omistatatakse sellele suurim väärtus (McDougall, Oviatt 1994: 59).

Knight ja Cavusgil (1996) defineerivad GSE-d järgmiselt: „...need on tavaliselt väikesed, (enamasti) tehnoloogilise orientatsiooniga ettevõtted, mis opereerivad rahvusvahelistel turgudel selle asutamise alguspäevadest peale“ (Knight, Cavusgil 1996: 11). Tõendust tehnoloogilise orientatsiooni kohta näitab Luostarineni ja Gabrielssoni (2006: 798) empiiriline uuring, kus GSE-de valimis leidis viis ärivaldkonda: 1. Kõrg-tehnoloogia (*high-tech*); 2. Kõrg-disain (*high-design*); 3. Kõrg-teenus (*high-service*); 4. Kõrg-teadmus (*high-know-how*); 5. Kõrg-süsteemid (*high-system*). Zou, Liu ja Ghauri (2010) rõhutavad oma uuringus tehnoloogilise võimekuse positiivset seost rahvusvahelise kasvuga. Kõrge tehnoloogiline võimekus, mida aitab võimendada *networking* võimekus ning finantskapital, võimaldab uuel ettevõttel laiendada oma tegevust globaalsetele turgudele (Zou *et al.* 2010: 112).

Empiiriliste uuringute tulemustega, mis on tõestanud, et GSE fenomen ei puuduta üksnes tehnoloogilise orientatsiooniga majandustegevusharusid, vaid ka traditsionaalseid, defineerivad samad autorid GSE-d ümber kui „...äriorganisatsioonid, mis koheselt või üsna kohe peale asutamist on rahvusvaheliselt tegevad kasutades teadmistepõhiseid ressursse müügiks mitmetes maades“ (Knight, Cavusgil 2004: 124), jättes välja nende poolt 1996. aastal esitatud defineeringus esinenud „tavaliselt tehnoloogilise orientatsiooniga ettevõtted“ klausli. Tõestuseks, et tegemist ei pea olema ainult kõrg-tehnoloogiliste ettevõtetega, tõestasid Kalinic ja Forza (2012) oma uuringus, et GSE-de hulgas esines traditsionaalseid firmasid, kes kiirelt rahvusvahelistusid, kuid kasutasid teada-tuntud tehnoloogiaid, kohandades neid sihtturu tingimustele. GSE-d fenomeni eksistentsist ka mujal tegevusharudes on tõestus rõivaste jaeketi Zara näol (Bhardway *et al.* 2011). Samuti ei leidnud kinnitust hüpoteesile, et kiire rahvusvaheline kasv oleks seotud ettevõtte tehnoloogilise tasemega Andresson *et al.* (2004) uuring Rootsi väikeettevõtete hulgas

Juba 1997, formuleerivad Madsen ja Servais olemasoleva kirjanduse ja empiiriliste uuringute (McKinsey and co., 1993; Jolly *et al.* 1992) põhjal GSE-de kohta väga olulised väited (Madsen, Servais 1997):

- Sellise ettevõtte eelduseks on üks või mitu tugeva rahvusvahelise kogemusega tugevat ettevõtjat, võimalikuks eelduseks võib olla ka tugev toode;
- Nähtus korreleerub positiivselt turu rahvusvahelistumise tasemega;
- Võrreldes teiste eksportijatega, ollakse rohkem spetsialiseeritud ning nišile orienteeritud, tooted on rohkem tellimuspõhised või standardiseeritud;
- Tegevuste geograafiline paiknemine on lisaks majanduslike-, võimekuste- ja kliendi faktoritest sõltuv ka asutajate ja partnerite mineviku kogemustest;
- Võrreldes teiste eksportijatega, ollakse rohkem sõltuvad täiendavate kompetentside *out-sourcing*-ust; jaotusvõrgustikus ollakse enam hübriid-struktuurides (lähedased suhted, partnerlus, ühisettevõtted jne.). Pettersen ja Tobiassen (2012: 138) rõhutavad lisaks ka finantsvõrgustike tähtsust, mis on eriti olulised kõrg-tehnoloogiliste firmade puhul, mis läbivad pikki kulukaid tehnoloogia arengu perioode nõudes tugevat rahalist toetust;
- Nende kasv on positiivselt seotud kõrgete innovatiivsete oskustega, mis sisaldab ka enda hulgas sageli tihedas rahvusvahelises koostöös toimuvat efektiivset uurimis- ja arendustööd ning jaotuskanalitele sisenemist;
- Ettevõtetel väikestel koduturgudel on suurem tõenäosus saada GSE-ks. Viimaste hulgas võivad olla väga erinevaid tooteid tootvad ettevõtted, suurematel koduturgudel olevad ettevõtted on sageli kõrg-tehnoloogiliste toodete tootjad. Riikides, kus on palju immigrante, võib olla ka rohkem GSE-sid.

Madsen ja Servais (1997) soovitasid antud teema edasises uuringutes lähtuda nii võrgustik- kui evolutsioonilistest lähenemistest, kuid sama oluliseks peeti ka ettevõtlusteooriad. Ka McDougall (1994) järeldas, et asutaja minevikul ja omadustel on väga suur roll rahvusvahelise ettevõtte näo kujunemisel. Madsen ja Servais (1997) lisavad asutaja ambitsiooni- ja motivatsioonitaseme olulisuse. Ettevõtlusorientatsiooni all rõhutatakse ettevõtte pakkumuste ja protsesside innovaatsilisust, riskivõtmist ja üldist ärile proaktiivselt lähenemist (Knight 2001: 156).

Madsen ja Servais (1997) defineerivad GSE-deks sellised, kes sisenevad emakontinendilt väliskontinendile/tidele esimese kolme aasta jooksul peale asutamist. Kuivalainen, Sundqvist ja Servais (2007) märgivad lisaks, et eelpool nimetatud ettevõtted peaksid selle aja jooksul saavutama vähemalt 25%–lise väliskäibe. Kiire rahvusvahelistumine võib olla põhjustatud nii omanike ja/või juhtide taustast ning eelnevatest kogemustest ja teadmistest kui ka unikaalsetest ressurssidest nagu tooted, partnerid ja ümbritsev ärikeskkond (Bell, Crick, Young 2004; Chetty, Campbell–Hunt 2003; Madsen, Servais 1997).

Erinevates RSE teooriates on rahvusvahelise tegevusega alustamise aja dimensioonis vaidluskoht (Zahra 2005: 21). Ka töö autor nõustub, et RSE–d aja faktori abil defineerida on väga raske, kuna alustajad ettevõtted ei stardi võrdsetelt platvormidelt ehk teisisõnu, ei olda võrdsed omatavate baasressursside poolest. Tegemist võib olla näiteks restruktureerimise tulemusena tekkinud tütarettevõttega (*Ibid.*: 21), mille rahvusvahelistumine on iseeneslikult kiirem. Seetõttu on kirjandusest leida väga erinevaid ajapiiranguid, varieerudes McKinsey *et al.* (1993), Moen (2002) kahest kuni McDougalli, Shane–i, Oviatti (1994) kaheksa aastani. Töö autor järeldeb käesoleva käsitletud selleteemalise kirjanduse põhjal, et kõige laialdasemalt leiab ajalise piiranguna kasutust asutamise ja rahvusvahelise laienemise vahel kolm aastat.

Pettersen ja Tobiassen (2012) tõstatavad aga küsimuse GSE–de defineerimise üle ajafaktori kaudu, kuna paljud ettevõtted läbivad enne tegevuse alustamist pikki eelperioode, mis hõlmab endas tehnoloogia– või tootearendust, soovitades uueks definitsiooniks: „need on äriorganisatsioonid, mis alates tehnoloogia küpsuse saavutamise hetkest taotlevad teadmiste põhiste ressursside kasutamisest kõrget rahvusvahelist äritulemuslikkust“ (Pettersen, Tobiassen 2012: 137). Suurest erinevusest võib järeldada, et olulisem on pigem selle juurde vaadeldav rahvusvahelistumise tase või ulatus (kirjanduses selle üldlevinud mõõdikuteks välismüügikäive ja välistegevuse meetod), näidates rahvusvahelise seotuse astet (Chetty, Campbell–Hunt 2004: 65). Ajafaktorit ei saa alahinnata, see jääb endiselt üheks olulisemaks karakteristikuks ning lähtealuseks *start–up* –ide klassifitseerimisel.

Bell, McNaughton ja Young (2001) toovad GSE mõistele juurde laienduse GTSE mõiste näol, kinnitades, et GSE staatust ei saa omistada mitte ainult *start–up* –dele, vaid

ka juba kaua koduturul opereerinud firmadele. Rahvusvahelistumise algus on sarnane astmelistele mudelitele, kus rahvusvahelistumine ei alga kohe, vaid peale kogemuste omamise koduturul. GTSE-d on sellised, kes on hästi ennast sisse seadnud koduturul ilma näilise motivatsioonita internatsionaliseeruda, kuid kellest saavad järsult ja kiirelt aktiivsed rahvusvahelistujad (Bell *et al.* 2001: 173). Pikalt koduturul opereerimise põhjused võivad olla mitmed: ei olda piisavalt teadlik rahvusvahelistest võimalustest, ei leita väliskliente, ei olda piisavalt konkurentsivõimeline või rahuldutakse kodu turuosa kasvuvõimalustega (Wilkinson, Mattson, Easton 2000). Kiire ja järsk rahvusvahelistumine võib olla põhjustatud mõnest murrangulise tähtsusega sündmusest („critical incident“), milleks võivad olla (Bell *et al.* 2001: 181):

- omaniksuhte või juhtide vahetus (*change of ownership*),
- ülevõtmine (*acquisition*),
- kliendi järgimine (*client followership*).

Kokkuvõtlikult võib öelda, et ettevõtte rahvusvahelistumise muster tingituna väga paljudest ettevõtte sisestest ja välistest faktoritest võib olla erinev: kiire või aeglane; regionaalne või globaalne; lineaarne või mitte-lineaarne. Mittelineaarne rahvusvahelistumine võib sisaldada endas ka välisturult taandumist, mis võib olla ajutine või püsiv ning mis iseenesest ei pruugi tähendada läbikukkumist (Vissak *et al.* 2012). Viimasena nimetatud nähtus ei leia antud töös küll väga põhjalikku käsitlust, kuid väärib eraldi ära mainimist, kuna ettevõtte rahvusvaheline tegevus ei pruugi ajas olla püsivalt kasvav ja laienev, olles dünaamiline, vaid toimub liikumine ühelt mustrilt teisele, internatsionaliseerides ja de-internatsionaliseerides. Töö autori arvates on paljude piiratud ressurssidega rahvusvahelistuvate väikeettevõtete rahvusvahelistumine küllaltki reaktiivne, olles välistest stiimulitest enam mõjutatud ning seetõttu võib arvata, et ka nende rahvusvahelistumise muster on mitte-lineaarsem.

Järgnevas peatükis käsitletakse spetsiifilisemalt mikro- ja väikeettevõtete rahvusvahelistumist, mõistmaks, mis nende puhul on või ei ole oluline rahvusvahelisel areenil edu saavutamiseks. Eriline fookus on väga piiratud hulgal olemasolevatel mikroettevõtete uuringutel. Samuti on vaatluse all rahvusvahelistumise mustreid käsitlevad VKE-de uuringud, et näha, milliseid võimalikke radu pidi toimub väiksemate ettevõtete rahvusvahelistumine.

## 1.2. Väikeettevõtete rahvusvahelistumine

Rahvusvahelist äri on peetud kaua suurte, ressursirikaste ettevõtete pärusmaaks. Areng informatsiooni- ja sidevahendite tehnoloogiates, turgude globaliseerumine ja paljude teiste trendide koosmõju on taganud taustsüsteemi, kus rahvusvahelistel turgudel saavad ka aktiivselt konkureerida järjest enam väikeseid ja keskmise suurusega ettevõtteid.

Uue ettevõtte välisturule sisenemise võimekuse määrab ära materiaalsete ja immateriaalsete varade hulk (Autio *et al.* 2000). Töö autor on seisukohal, et väikeste ettevõtete puhul, kelle materiaalsed varad on piiratud, on rahvusvahelise konkurentsivõime taga unikaalsed immateriaalsed varad ning teised oskused, mis saavad ressursipiiratudust kompenseerida. Väikestele rahvusvahelistele ettevõtetele annavad konkurentsieelise sellised ressursid, mis on „...haruldased, väärtuslikud, mittetäielikult imiteeritavad ning asendatamatud“ (Barney 1991: 17).

Kuna käesoleva töö autor on siinkohal subjektiks võtnud just kõige väiksemad ettevõtted ning kus ettevõtte suurust on kasutatud kriteeriumina valimi segmenteerimiseks, on väga huvipakkuv teoreetiliselt uurida, kuidas vastav karakteristik on seotud rahvusvahelise käitumisega. Siinkirjutaja peab oluliseks ära märkida, et tulemuste erinevused läbi viidud uuringutes võivad olla tingitud ka ettevõtte suuruse kajastamisest kahe dimensioonina: töötajate arvu (Bilkey, Tesar 1977; Cavusgil 1984) ning müügi käibe (Cavusgil 1984) kaudu (antud töös on ettevõtte suuruseks enimkasutatav karakteristik töötajate arv). Näiteks leidis Cavusgil (1984), et ekspordikäitumisel on seos käibe suurusega, töötajate arvuga aga mitte. Sellekohased ulatuslikumad uuringud on läbi viinud Bonaccorsi (1992) ja Calof (1994), kes leidsid positiivse statistiliselt olulise korrelatsiooni ettevõtte suuruse ja ekspordivõimekuse vahel. Samas on uuringuid, mis on tõestanud vastassuunalist korrelatsiooni (Bilkey, Tesar 1977) või kus seost ei tuvastata (Cavusgil 1984). Sarnaselt Cavusgil-ile (1984) leidis ka Calof (1994), et töötajate arv ning ekspordikäitumine on omavahel seotud väga limiteeritult, küll aga on see seoses väga väikeste ettevõtete puhul. Viimasest järeldab töö autor, et on võimalik, et eksisteerib teatud optimaalne lävi vajalikuks inimressursiks rahvusvahelise tegevuse tarbeks. Archarungroj ja Hoshino (1998) said tulemuse Tai eksportijate kohta, kus paljude omaduste poolest erinesid suured ja väikesed ettevõtted,

kuid suuremad ei omanud reeglina paremaid tulemusi ega positiivsemat suhtumist ekspordi suhtes.

Uuringutest joonistub välja, et kindlasti ei saa ümber lükata laialt levinud uskumust, mida on ka tõestanud mitmed empiirilised uuringud, et eksisteerib positiivne korrelatsioon ettevõtte suuruse ning ekspordivõimekuse vahel, küll aga saab väita, et selline seos ei pruugi paika pidada alati. Väikesed ettevõtted võivad koos suuremate tegijatega sama edukalt rahvusvaheliselt konkureerida. Seega arvab töö autor kirjandusest lähtuvalt, et täielikult ühtset kinnitust, et mida väiksem on ettevõtte, seda vähem on see rahvusvaheliselt konkurentsivõimeline, teha ei saa ning jääda tuleb selle suhtes pigem skeptiliseks.

Siit jõuabki töö autor sarnasele uskumusele McDougalli, Oviatti (1994) ja Knight, Cavusgiliga (1996), et kriitiline komponent rahvusvaheliseks olemisel on spetsialiseeritud immateriaalsete varade nagu näiteks unikaalsete teadmiste, oskuste ja võimete omamine, mitte ainuüksi ettevõtte suurus ning materiaalsete varade suurus.

Murray (1993: 52) nimetas üheksa globaalselt eduka väikefirma omadust:

1. Erakordne tootenõudlus;
2. Kodumüügi langus pärast tehniliselt edumeelsema konkurendi poolt;
3. Unikaalne toode, mida on raske jäljendada;
4. Kindlustatud kapitaliseerimine, tegevused ja juhtimine;
5. Tugevad suhted kreditoridega;
6. Võimeline vajadusel meeskonda ja rajatisi suurendama;
7. Globaalsete turgude mõistmine ja tahe pühendada uude ettevõtmisse vajalik aeg ja ressursid;
8. Juhtkonna pühendumine vajalike ressursside hankimisel ja suuna näitajana;
9. Rahvusvahelise äri alase kogenud ja treenitud personal.

Andersson, Gabrielsson, Wictor (2004), kes uurisid 135-e Rootsi väikeettevõtet, järeldasid, et ainuüksi ettevõtte suurus ega vanus ei suuda ära seletada nende rahvusvahelistumise määra. Uuringust tuli välja, et rahvusvahelistumise algne otsus on kõige enam seotud juhtide taju- ja reageeringuga dünaamilisele ja kiiresti muutuvale keskkonnale, hilisem kasv ning laienemine seostub enim ettevõtte vanuse ning lisaks



juhi vanusega (Andresson *et al.* 2004: 31). Nimelt, organisatsiooni kogemuste akumulatsioon aias ning noorem juhtide generatsioon aitab kaasa rahvusvahelisele ekspansioonile. „Noorem juhtide põlvkond näeb turuna maailma...”(*Ibid.*: 30) ning „...teevad tõenäolisemalt riskantsemaid, aga potentsiaalselt tasuvamaid otsuseid“ (*Ibid.*: 31).

Huvitavad tulemused selgusid Brouthers *et al.* (2009) uuringust, kes leidsid, et väikesed firmad peaksid paremate välistulemuste saamiseks kontsentreerima vähematele välisturgudele. Vähematele turgudele fookuseerimine tagab väikeettevõttele olemasolevate piiratud ressursside kasutamisest maksimaalse tulemi (*Ibid.*: 32) läbi ressursside kontsentreerimise, spetsiifiliste sihtturu teadmiste arengu ning tugeva jaotusvõrgustiku ülesehitamise (*Ibid.*: 34). Samad autorid pakuvad välja väikesele ettevõttele võimalikuks optimaalseks eksporditurgude arvuks ühe (*Ibid.*: 33). Samuti selgus, et paremate tulemustega väikeettevõtted ei valinud sihtturgudeks geograafiliselt ning tunnetuslikult lähedasi maid (*Ibid.*: 34), mis ühtib Knight ja Cavusgili (2004) tulemustega, et globaliseerumise trend ja telekommunikatsiooni areng on vähendanud esmalt lähiturgudele astmelise rahvusvahelistumise kontseptsiooni osatähtsust.

Rahvusvaheline ärikeskkond on kompleksne koosnedes erinevustest kultuuris, poliitilises süsteemis ja majanduses. Turundusoskused ja teised strateegilised võtmelähenemised võimaldavad ka piiratud ressurssidega väikeettevõtetel saavutada häid tegevustulemusi läbi rõhuasetuse tehnoloogiale, uurimis- ja arendustööle, toote kvaliteedile, toote kohandamisele ja efektiivsele jaotusele (Knight 2001: 156). Oviatt ja McDougall (1994) käsitlevad samuti väiksemaid firmasid kui ettevõtteid, kes on tihti rohkem innovaatilised ja kohanemisvõimelisemad, uuendades kiiremini tehnoloogiaid ja vastates kiiremini kliendivajadustele. Jones (1999: 19) peab väikeste kõrg- tehnoloogiliste firmade konkurentsieelise taga seisvat uute innovatsioonide arendamise- ja realiseerimise võimet, väga kitsaste ja kaitstud nišside ülesleidmis- ning kiiret kohanemisvõimet. Tavaliselt uutele firmadele omane väiksus ja noorus tagab ettevõtte paindlikkuse ja kiiruse, mis tagab väga olulise eelise välisturgudel edu saavutamiseks (Knight, Cavusgil 2004: 125; 136). „...väike ettevõtte suurus on kaheteraline mõõk. See piirab ressursse, kuid suurendab paindlikkust ning nobedust“ (Li *et al.* 2012: 542).

Väikesed rahvusvahelised ettevõtted, tihti fokusseeritud nišisegmendile, võidavad ajaressurssi vähemate tehingute hulgast, saades oma tegevust enam kontsentreerida. Ettevõtte vähestest tasemetest tingituna on nii ettevõtte siseselt kui kliendi ja ettevõtte vaheline informatsiooni ülekandumine vahetum ning otsused on läbipaistvamad (Acs *et al.* 1997).

Laialt on kinnitust leidnud vaade, et väikeste ettevõtete piiriülesed tegevused algavad madala riski taseme ning -seotusega (Jones 2001: 192). Väikesed ettevõtted on enam tundlikumad riski võtmisele, kuna üks ebaõnnestumine võib olla piiratud ressurssidega väikeettevõttele väga kulukas ning seetõttu eelistatakse strateegiaid, mis tagavad pigem jätkusuutlikkuse ja ellujäämise kuivõrd kiire, riske võtva kasvu (Westhead *et al.* 2002: 54). Mõned uuringud on aga tõestanud, et järjest enam tekib juurde ka väikeseid firmasid, kes rahvusvahelistuvad väga kiiresti ning kelle puhul viimane väljaõeldu siiski ei kehti (McDougall, Oviatt 1994).

Ka esimeses teoreetilises osas käsitletud kiiresti rahvusvahelistujate teooria (Oviatt, McDougall 1994; Knight, Cavusgil 2009) sõnab, et unikaalsed sisemised varad on üheks eelduseks noore ja väikese firma rahvusvahelistumisel. Ressursipõhist lähenemist (*resource-based view*) toetab ka Barney (1991), kes väidab, et jätkusuutliku konkurentsieelise tagab üksnes unikaalsete ressursside olemasolu. Väikestel tehnoloogiafirmadel võrreldes nende suurte konkurentidega saavad rahvusvahelistumise eelised tuleneda üksnes immateriaalsete varade arvelt (tehnoloogiline teadmus, brändid jne.) kuna inim- ning finantsressursiga konkureerida ei suudeta (Crick 2009). Seetõttu kontsentreerivadki väikesed tehnoloogia ettevõtted oma jõud immateriaalsete varade võimendamisse (Li *et al.* 2012).

Samuti kirjeldavad Westhead *et al.* (2001) uute ja väikeste ettevõtete rahvusvahelistumist ressursipõhiselt, kus olulistemaks ressurssideks on otsuste tegija oma kogemuste-, oskuste-, kompetentside- ning taustaga (haridus, etniline kuuluvus), juhtimise teadmus, valdkonna spetsiifiline teadmus ning võime omandada finantsasutustest finantsvarasid (Westhead *et al.* 2001: 339–342).

Otsuste tegija, olles väikeses ettevõttes peaaegu ainukeseks kandvaks ettevõtlusjõuks, on ka käsitöö mikroettevõtteid uurivas Fillise (2001) uuringus väga suure

rõhuasetusega. Ettevõtjad jaotatakse erinevatesse gruppidesse lähtudes riskivõtmisjulgusest, proaktiivsusest ning võrgustiksuhte loomise vajaduse mõistmisest järgmiselt (Fillis 2001: 35):

1. Elunautleja (*Lifestyler*), kelle jaoks ettevõtte laienemine ei ole oluline, ta ei soovi võtta riske, võib või võib mitte eksportida, suhtumine reaktiivne, tõrges järgmimaks äri- ja turundus filosoofiaid;
2. Idealist (*Idealist*) võtab riski üksnes käsitöö tootega, kuna teeb kunsti kunsti pärast, mitte järgides äri-ega turundusfilosoofiaid, võib või võib mitte eksportida, kuid saab aru suhte- ning maine loomise vajadusest;
3. Ettevõtja (*Entrepreneur*) võtab riski nii toote kui äri mõttes, proaktiivse suhtumisega, aktsepteerib äri- ja turundusfilosoofiaid ning mõistab kliendi suhte või ärisuhtluse olulisust;
4. Hiline areneja (*Late developer*) on mitteloomingulise taustaga, vähe motiveeritud ettevõtte laiendamisest, tõenäoliselt ei ekspordi, ei aktsepteeri uusi ideid, arvestab ainult enda äri- ja elukogemustega, võimeline tooma väliseid oskuseid ettevõttesse.

Töö autori arvates on ülalkirjeldatud lihtsakoeline jaotus äärmiselt sümpaatne ning abstraktne, seletades väga hästi ära eri tüüpi väikesed mikroettevõtted ettevõtja suhtumise järgi. Rahvusvahelistuva mikroettevõtte juht peab tahtma ettevõtet laiendada, olema pigem proaktiivse suhtumisega, julgema võtta riske, arvestama turuvajadustega, suhtlema turuga tootes toodet turule, mitte lihtsalt iseendale või „kunstile“ ning mõistma võrgustiksuhte olulisust.

Ettevõtja, keda iseloomustavad loovuse-, innovatsioonilise mõtlemise-, võimaluste äratundmise-, suhte loomisoskuse- ja hoidmisega seotud võimekused, võib tagada mikroettevõttele piiratud materiaalsetest ressurssidest hoolimata rahvusvahelise konkurentsieelse (Fillis, McAuley 2000). Fillis nimetab loovust, mida võib seostada praktiliselt kõikide tegevustega, ka võrgustike loomisega, mikroettevõtte strateegiliseks relvaks rahvusvahelistumisel. Sellega on päri ka töö autor, kuna mida väiksem on ettevõtte, seda vähem on formaalseid ja bürokraatlikke piiranguid loovuse rakendamiseks väärtuste loomisel rahvusvahelise konkurentsieelse saavutamiseks.

Hermel ja Khayat (2011), kes uurisid Prantsusmaa mikroettevõtteid, sõnastasid kiire rahvusvahelistumise kandva jõuna juhtimise võimekuse, innovatsiooni ja ärivõrgustiku.

Võimekused ja immateriaalsed välised– ja sisemised ressursid määravad ära mikroettevõtte rahvusvahelistumise kiiruse ning –astme (*Ibid.*: 299). Hermel ja Khayat (2011) on ressursipõhiselt jaotanud mikroettevõtted traditsionaalseteks, aeglasteks ning kiireteks GSE–deks (tabel 3).

Nagu tabelist 3 näha, on kõikide tüüpide puhul äärmiselt oluline kontaktvõrgustike, teisisõnu suhete loomine. Aeglaste ja kiirete GSE–de puhul lisandub kiirendatud rahvusvahelistumiseks märkimisväärselt vajalik juhtimisvõimekus, mille moodustamist toetab juhi eelnev rahvusvaheline kogemus, juhtimise kompetents ja haridus (Zahra 2005; Autio *et al.* 2000). Väga kiireks rahvusvahelistumiseks on samuti vajalik tegevusharu võrgustiku olemasolu ning maine.

Väikeste GSE–de puhul on lisaks unikaalsetele sisemistele ressurssidele väga oluline faktor koostöö ja *out-sourcing* väliste partneritega nii turunduses, uurimis– ja arendustöös kui tootmises. Paljud GSE–d on ümbritsetud väga laia partnervõrgustikuga, mille abil omistatakse ressursid, mis muul moel väikesele ja noorele firmale kättesaadavad ei oleks (Luostarinen, Gabrielsson 2006: 789). „GSE–d on mõistnud, et kui neil endal on ebapiisavad ressursid turunduseks, müügiks või brändinguks, vajavad nad partnereid“ (*Ibid.*: 793). Samas on väiksematel ettevõtetel raskem kohaneda võrgustike laienemisega (Roolaht 2006), kuna väike suurus ei luba väga paljude tegevustega toimetulekut ning lisaks tegevusala fookusseeritusele, ollakse fookusseeritud ka oma igapäevastes tegevustes. Kuna väiksematel ettevõtetel on raske jääda autonoomseks rahvusvahelistes võrgustikes, tuleb nende unikaalseid võimekusi arendada mitteautonoomselt (*Ibid.*: 107).

Ühe eelisenä ettevõtte väiksuse taustal nimetatakse efektiivsust, kus kogu meeskond töötab külge–külge kõrval toote ideest kuni selle eduka lansseerimiseni, turult tagasisideme saamiseni ning protsessi uuendamiseni välja (Luostarinen, Gabrielsson 2006: 789). Kõik uuringus osalenud ettevõtted olid valinud teadlikult ärikliendi, kuna selliselt saab vähendada müügikontaktide hulka ning samamoodi suurendada kulukokkuhoidu brändingult (Luostarinen, Gabrielsson 2006: 791).

**Tabel 3.** Rahvusvaheliste mikroettevõtete ressursipõhine jaotamine

<b>Traditsionaalsed mikroettevõtted:</b> rahvusvahelistuvad astmeliselt rohkem kui 6 aasta pärast; peamised sisemised ressursid	<b>Aeglased GSE-d:</b> rahvusvahelistuvad rohkem kui 3 aasta pärast; peamised sisemised ressursid	<b>Kiired GSE –id:</b> rahvusvahelistuvad vähem kui 3 aasta jooksul; peamised sisemised ja välised ressursid
Suhete loomise võimed ( <i>Networking abilities</i> ): a) isiklik kontaktivõrgustik b) ärivõrgustik ja foorumid	Suhete loomise võimed ( <i>Networking abilities</i> ): a) isiklik kontaktivõrgustik b) ärivõrgustik ja foorumid	Suhete loomise võimed ( <i>Networking abilities</i> ): a) isiklik kontaktivõrgustik b) ärivõrgustik ja foorumid
	Juhtimisvõimekus ( <i>Managerial abilities</i> ): a) rahvusvaheline kogemus b) valdkonna kompetents c) haridus	Juhtimisvõimekus ( <i>Managerial abilities</i> ): a) rahvusvaheline kogemus b) valdkonna kompetents c) haridus
	Innovatsioonivõimekus ( <i>Innovation abilities</i> ): a) uurimis- ja arendustöö	
		Tööstusvõrgustik ( <i>Industrial network</i> ): a) jaotusvõrgustik
		Maine ( <i>Reputation</i> ): a) brändi maine b) uus kontseptsioon

Allikas: autori koostatud (Hermel, Khayat, 2011: 305) põhjal.

Jones (1999: 29) vaatleb väikeseid kõrgtehnoloogia ettevõtete rahvusvahelistumise mustreid ajadimensioonis lähtuvalt piiriüleste ühenduste (*links*) loomise hulgast ja nende loomise vahele jäävast ajast ettevõtte väärtusahela (Porter 1998) põhitegevustes, jaotades need järgmiselt:

1. Tõrkuvad arendajad/ ekspordi spetsialistid (*Reluctant developers/export specialists*): loovad alguses ühe ühenduse (kas ekspordi või impordi) ning ka hiljem ei pruugi moodustuda ühtegi teist tüüpi ühendust. Rahvusvahelistumine on aeglane ning enamasti seotud kaubandustegevustega;
2. Traditsionaalsed arendajad (*Conventional developers*): alguses moodustub lihtsam sissepoole (*inward links*) suunatud ühendus, millele aastate jooksul järelevad lihtsamad väljapoole (*outward links*) suunatud ühendused, kusjuures erinevate ühenduste hulk kasvab. Aeg ühenduste vahel on pikk. Rahvusvahelistumise algus väga aeglane, kuid palju aastaid hiljem võib toimuda kiirem laienemine;

3. Kiired arendajad (*Rapid developers*): alustavad peaaegu kohe peale asutamist keerukamate ühendustega, sisaldades mitmeid ühendusi erinevates väärtusahela tegevustes nii sisse- kui väljapoole suunatud tegevustes, kusjuures aeg ühenduste vahel on lühike. Peamine fookus turunduses ja tootmises;
4. Rahvusvahelised ettevõtjad (*International entrepreneurs*): esimesed sündmused on keerukad ning ühendused hõlmavad kõiki väärtusahela nii sisse- kui väljapoole suunatud tegevusi, kusjuures aeg eri ühenduste vahel on võrreldes eelmise grupiga veelgi lühikesem. Varased piiriülesed tegevused seotud tihti formaalsete koostöölepetega. Aastate jooksul lisanduvad teised keerukad koostöölepped.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et grupis üks kuni neli erinevate välistegevuste kontsentratsioon kasvab ning aeg nende vahel lüheneb.

Prashantham (2011) käsitleb India mikromultinatsionaale (*micromultinationals*), tuues välja piiriüleste etniliste sidemete, kui ühe olulisima rahvusvahelise taseme kasvu tagaja, tähtsuse. Mikromultinatsionaalideks nimetatakse „...väikeseid- ja keskmise suurusega ettevõtteid, kes kasutavad kõrgema seotusega välissisenemismeetodeid kui eksport“ (Prashantham 2011: 4). Uuringus selgus, et mida suurema osa moodustab ettevõtte sotsiaalsest kapitalist piiriülene etniline ühisosa (*cross-border coethnic social capital*), seda kergemini saab mikromultinatsionaal kasutada ka kõrgema seotusega välistegevusemeetodit. Lisaks sellele, et sotsiaalne kapital on oluline, arwab töö autor, et nende hulgas olevad etnilised sidemed võimendavad tugevasti rahvusvahelisi võimalusi, vähendavad sisenemisbarjääre ning seega aitavad oluliselt vähendada väikese ettevõtte ressursipiiratud välisturgudele sisenemisel ja seal tegutsemisel. Etniline kuuluvus suurendab vastastikust mõistmist ning tänu ühisele väärtussüsteemile, aitab kaasa solidaarsuse ja usalduse kiiremale tekkimisele (Portes, Sensenbrenner 1993). Sotsiaalsel kapitalil põhinevateks positiivseteks efektideks on majandustehingutes etniliste sidemete eelistamine, altruistlikkus eesmärkides ja grupi liikmete vahel, suurem paindlikkus tehingutes läbi väiksema formaalsuse, majandusressurssidele privileegitum ligipääs ning usaldus majanduskuritegude mitte tekkimisse (*Ibid.*: 27).

Eelpool on käsitletud erinevaid mikroettevõtete ning VKE-de põhjal tehtud uurimusi, kus küll käsitletakse erinevaid rahvusvahelistumise aspekte, selgitades välja nende edupõhjusi, rahvusvahelistumise mustreid jne., kuid enamus neist võtavad valimisse ka

keskmise suurusega ettevõtted. Väga piiratud hulk uuringuid käsitleb eraldi mikroettevõtteid ning peaaegu ükski nendest ei võrdle eraldi mikro- ja väikeettevõtteid. Käesolev töö on selle lünga parandamiseks, kuna eeldus, et olulisi erinevusi pole, võib olla ennatlik. Töö autori arvates võib siiski statistilisi erinevusi leida, kuna näiteks mõne töötajaga mikroettevõtte või üle 40-e töötajaga väikeettevõtte rahvusvahelistumist puudutavad aspektid võivad suuresti erineda. Eelpool vaatles autor väiksemate ettevõtete põhiseid uurimusi, mis püüdsid leida korrelatsiooni, kas väike suurus on rahvusvahelise edu piduriks ning mis on siis need edutegurid, mille abil on järjest enamatest mikro- ja väikeettevõtetest saanud RSE-d või GSE-d. Viimasena väljaöeldud aga ei tähenda seda, et suurematel ettevõtetel ei oleks komplekses ning ressursse nõudvas rahvusvahelises majanduses edumaa, vaid väidab lihtsalt seda, et järjest enam on rahvusvahelised ka väiksemad ettevõtted ehk rahvusvaheline areen ei ole ammu ainult suurte tegijate pärusmaa.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et kuigi rahvusvahelistumine nõuab nii materiaalsete (mida on väiksematel ettevõtetel tavaliselt vähem) kui immateriaalsete ressursside (mida võib olla ka väiksematel ettevõtetel palju) olemasolu, saavad tänu rahvusvahelistumist soodustavale majandusruumile edukalt rahvusvahelistuda ka pisemad tegijad. Väikesed ettevõtted peavad rahvusvahelistumiseks arendama firmasisest globaalset kultuuri, muutma otsustajate suhtumist, saavutama olulise rahvusvahelise kogemuse ning ületama suuruse barjäärid (Rowden 2001: 267). Ehk teisisõnu, väga oluline on just indiviidi tasand, milles peitub ka eduvõti ning millega võidakse suuta ületada suuruse barjäärid.

Töö autor leiab, et rahvusvahelistumist on hakatud järjest enam uurima VKE-de põhjal, veidi vähem väikeettevõtete ning suhteliselt piiratud ka mikroettevõtete näitel, kuid kindlasti vajab antud temaatika väikesemates suuruse gruppides rohkemat uurimist, kuna väliskeskkond on teinud võimalikuks ka piiratumate materiaalsete ressurssidega ettevõtete väga eduka rahvusvahelistumise, isegi globaalse laienemise. Väikeettevõtetel võib olla võrreldes nende suuremate konkurentidega eeliseid, nagu näiteks kompaktsus, paindlikkus, riskijulgus, operatiivsus, omanike proaktiivsus, nišile orienteeritus, ulatuslikud kogemused jne., mis aga ei tähenda seda, et üldstatistika järgi oleks nende hulgas protsentuaalselt enim rahvusvaheliselt tegutsejaid. Üldstatistika tõestab, et mida

suurem on ettevõtte, seda enam on see rahvusvahelistunud. Viimast aspekti, kus näeme, kas väikeettevõtted on mikroettevõtetega võrreldes rahvusvaheliselt võimekamad ning ka mitmeid teisi rahvusvahelistumist puudutavaid aspekte vaatlebki järgmine empiirika peatükk analüüsides Eesti eksportivate mikro- ja väikeettevõtete põhjal tehtud uuringutulemusi.



## 2. RAHVUSVAHELISTUMINE EESTI MIKRO- JA VÄIKEETTEVÖTETE NÄITEL

### 2.1. Hüpoteeside püstitus, uurimismetoodika ja valim

Hüpoteeside tõstatamisel on põhiliseks aluseks rahvusvahelistumist puudutavad lähenemised (astmeline *versus* mitte–astmeline) ning teiselt poolt ka mahukas järgnevalt käsitletud leidev statistiline Euroopa Liidu VKE-de rahvusvahelistumise uuring (Internatsionalisation of ... 2010). Viimane on selleks sobilik, kuna eraldi gruppidega on käesoleva teadustööga sarnaselt eraldi vaatluse all mikroettevõtted (1–9 töötajat) ning väikeettevõtted (10–49 töötajat).

Euroopa Liidu poolt läbiviidud uuringus (*Ibid.*: 2010) osales 9480 VKE-d 33-st Euroopa Liidu liikmesriigist. Uuringu eesmärgiks oli panustada Euroopa Liidu VKE-de rahvusvahelistumise taseme ja struktuuri paremale mõistmisele. Üheks võtmetulemuseks oli, et eksisteerib otsene seos ettevõtte suuruse ning rahvusvahelistumise taseme (*level of internationalisation*) vahel (tabel 4).

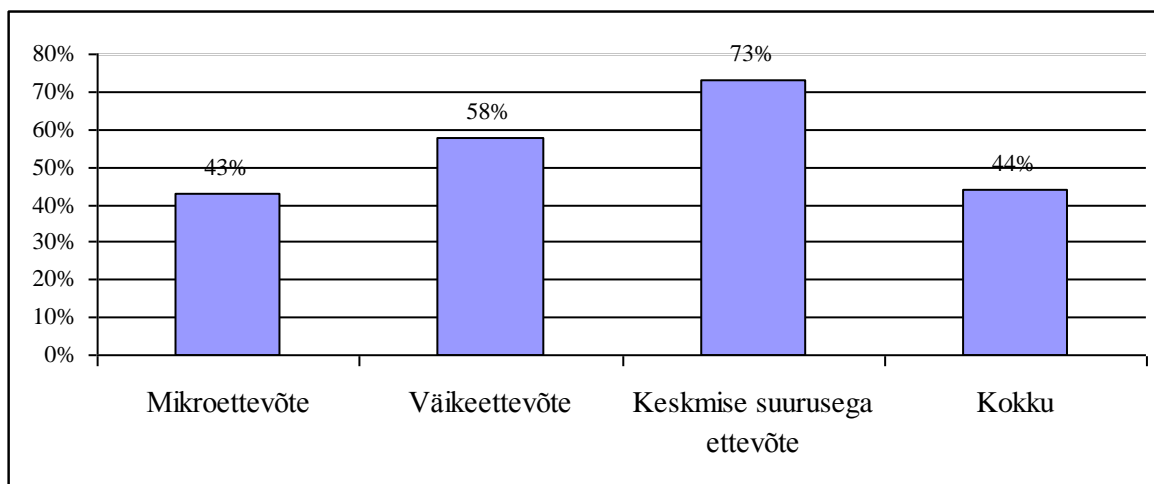
Tabelist 4 on selgelt näha, et kõikide välistegevusmeetodite puhul ettevõtte suurusega nende kasutus kasvab. Kusjuures tulemused on märkimisväärsed: nii ekspordi, impordi kui allhanke puhul on mikro- ja keskmise suurusega ettevõtete vahel kahekordne protsentuaalne erinevus, kõige suurem grupp ettevõtteid on kõige väiksemaga võrreldes kolm korda aktiivsemad tegemaks tehnilist koostööd välispartneritega ning välisinvesteeringute osakaal ulatub paralleelis ettevõtte suurusega 2%–st 16%–ni. Töö autor saab siit oletada, et kui rahvusvahelistumise tase tõuseb, tõuseb ka rahvusvahelistumise võimekus.

**Tabel 4.** . VKE–de protsentuaalne jaotus rahvusvaheliste tegevuste järgi aastatel 2006–2008 ettevõtte suuruse alusel

Välistegevuse meetod	Mikro- ettevõte	Väike- ettevõte	Keskmise suurusega ettevõte
Protsent kõikidest VKE–dest			
Otsene eksport	24%	38%	53%
Otsene import	28%	39%	55%
Välismaine investering	2%	6%	16%
Tehnoloogiline koostöö välispartneritega	7%	12%	22%
Allhankija	7%	11%	17%
Välismaiste allhankijate kasutamine	7%	12%	16%
Vähemalt ühe ülalloetletud meetodi kasutaja	43%	58%	73%

Allikas: autori koostatud (Internatsionalisation of ... 2010: 17) põhjal (N=9480).

Eelpool kirjeldatud uuringud tõendavad, et järjest kiiremini on juurde tekkimas suur hulk mikro– ja väikeettevõtteid, kes võivad olla rahvusvahelistumise taseme poolest võrdväärsed mõnede suurematega, kuid see ei lükka ümber üldist trendi, et suuremad ettevõtted on siiski rahvusvahelisemad, mida tõendab statistika. Illustreerivalt kokkuvõtlikult näitab samasugust seost ka järgnev joonis 2, kus on näha, et mikroettevõtetest on rahvusvahelistunud keskmiselt 43%, väikeettevõtetest 58% ning keskmise suurusega ettevõtetest 73%.



**Joonis 2.** Rahvusvahelistunud VKE–de protsentuaalne jaotus suurusest lähtudes (Internatsionalisation of ... 2010: 18).

H<sub>1</sub> baseerub ühest küljest käesolevas töös esimeses alapeatükis kirjeldatud rahvusvahelistumise kontseptsioonile, et enamus ettevõtteid rahvusvahelistuvad aeglaselt, astmeliselt, niiöelda traditsionaalset mustrit pidi ning teine hulk ettevõtteid, kes teevad seda kiiresti, mitte–astmeliselt mitte traditsionaalset mustrit pidi. Siinkohal vaadeldakse, millises ettevõtete grupis (mikro–või väikeettevõtete hulgas) on enam aeglaselt ning millises kiiremini rahvusvahelistujaid ning kas saab avastada statistiliselt olulise erinevuse. Ka esimese peatüki teises alapeatükis leidis käsitlust aspekt, et üldjuhul on siiski ettevõtte suuruse ning ekspordivõimekuse vahel positiivne korrelatsioon. Ja kuigi Calof (1994) leidis oma uuringus töötajate arvu ning ekspordikäitumise vahel väga limiteeritud seose, oli seos väga väikeste ettevõtete puhul. Viimasest järeldab töö autor, et on võimalik, et eksisteerib teatud optimaalne lävi vajalikuks inimressursiks rahvusvahelise tegevuse tarbeks. Rahvusvahelistumine tähendab koduturuga võrreldes palju komplekssemaid tegevusi ning seetõttu peab ettevõtte omama piisavalt ressursse, k.a. inimressurssi, mida selleks rakendada. Eesti ettevõtetest on tugevama ekspordipotentsiaaliga suuremad, üle 20 töötajaga ettevõtted, mis annavad 72% ekspordi kogumüügitulust (Eesti ettevõtete ... 2010). Viimastest tõendustest ning samuti eelpool kirjeldatud uuringutulemustest (Internatsiolisation of ... 2010) lähtuvalt oletame, et mikroettevõtted on üldiselt ressursipiiratumad ning rahvusvaheliselt vähem võimekad, rahvusvahelistuvad seetõttu ka aeglasemalt ning esitame esimese hüpoteesi:

**H<sub>1</sub>:** Mikroettevõtted rahvusvahelistuvad aeglasemalt kui väikeettevõtted.

Et mõista ettevõtete rahvusvahelist haaret (ulatust), on oluline vaadelda sihtriikide arvu, edasi ka kaugust, aitamaks selgitada välja ettevõtete rahvusvahelistumise mustreid. Kas tegu on astmelise rahvusvahelistumisega või GSE–ga, peaks ühe aspektina teadma ka sihtriikide arvu. On mitmeid empiirilisi tõendeid rahvusvaheliste turgude arvu kohta ettevõtte suurusest lähtuvalt. Viimaste tulemused ei ole küll otseselt võrreldavad käesoleva uuringuga, kuna ei uuritud eraldi mikroettevõtteid, küll aga saab näha üldist trendi ettevõtte suuruse ja sihtriikide arvu vahel. Näiteks leidis Balcome (1986), et Kanada väiksemad firmad eksportisid keskmiselt 2.3, suuremad 4.9 riiki ning Beamish *et al.* (1984) uuring näitas, et Ontario väikesed eksportijad eksportisid keskmiselt 1.9, keskmise suurusega 2.2 riiki (viidatud McNaughton 2003: 300 vahendusel).

McNaughtoni (2003) poolt esitatud hüpotees aga, et geograafiliste turgude arv on positiivselt seotud ettevõtte suurusega, kinnitust ei leitud. Järgnevalt kontrollib ka käesolev uuring, kas ettevõtte suuruse ja sihtriikide arvu vahel on seos, eeldades lähtudes eelpool nimetatud uuringutulemustele ning sarnaselt esimese hüpoteesi argumentatsioonile ettevõtete rahvusvahelise võimekuse kohta, et:

**H<sub>2</sub>:** Mikroettevõtted tegutsevad väiksemal arvul turgudel kui väikeettevõtted.

H<sub>3</sub> baseerub üldplaanis jällegi, nagu kaks eelmist, astmelisele rahvusvahelistumise mudelile (Johanson, Vahlne, 1977), kus rahvusvahelistumist alustatakse väiksema tunnetusliku distantsiga maadest ning on lisatud teine aspekt (sarnaselt H<sub>1</sub> ja H<sub>2</sub>-le) väikesest ettevõtte suurusest tulenevast ressursipiiratusest, s.h. ka finantspiiratusest, et mida väiksem on ettevõtte, seda raskem on tal siseneda geograafiliselt kaugematesse ning suurema tunnetusliku distantsiga maadesse. Kuna H<sub>3</sub> esitamisel tekkis kahtlus, et võibolla alahinnatakse mikroettevõtteid ja võibolla on just nimelt enim GSE-sid mikroettevõtete hulgas (empiirilised uuringud on tõestanud, et enim GSE-sid leidub infotehnoloogia firmade hulgas), tehti kinnituseks statistiline analüüs vaatlemaks, milline on IT sektori haruline jaotus eksportivate mikro- ja väikeettevõtete hulgas. Järgnev tabel 5 näitab, et mikroettevõtete hulka kuulub küll enim eksportivad IKT ettevõtted kõikidest eksportivatest ettevõtetest, kuid võttes protsendi suurusgrupi sisesest, selgub, et siiski veidi suurem protsent väikeettevõtetest on tegev IKT sektoris.

**Tabel 5.** Eksportivate info- ja kommunikatsioonitehnoloogia (IKT) ettevõtete arv ja eksporditulu 2012. aasta põhjal

	Ettevõtete arv	Eksporditulu (miljon eurot)	Töötajate arv
IKT_EMTAK_KOKKU	313	1840,94	0–9
IKT_EMTAK_KOKKU	66	27,19	10–49
IKT_EMTAK_KOKKU	17	8,79	50–99
IKT_EMTAK_KOKKU	20	1558,22	100–...

Allikas: autori koostatud (Statistikaamet 2013 eripäringu) alusel.

Seetõttu esitame siiski hüpoteesi järgmiselt:

**H<sub>3</sub>:** Mikroettevõtted eelistavad rohkem lähiturge kui väikeettevõtted.

Sarnaselt McNaughton (2003) uuringule, kus leiti kinnitus hüpoteesile, et mida vanem on ettevõtte, seda laiem on tema geograafiline haare ning lähtudes rahvusvahelistumist kirjeldava astmelise mudeli (Johanson, Vahlne, 1977) põhimõttest, et kogemuste akumulierumisega aja jooksul toimub ka sisenemine rohkematesse ning tunnetuslikult ja geograafiliselt kaugematesse maadesse, esitame käesolevas töös viimase hüpoteesi, mis ei ole püstitatud huviga leidmaks erinevusi, vaid nägemaks üldist seost nii mikro– kui väikeettevõtete puhul Tegu on rohkem kinnitava hüpoteesiga rahvusvahelistumist astmeliselt kirjeldavale mudelile:

**H<sub>4</sub>:** Pikema rahvusvahelise tegevusega ettevõtted tegutsevad rohkematel turgudel.

Miks ei ole võetud sõltumatuks tunnuseks ettevõtte vanust, on põhjus, et uuringuküsimustik ei esitanud küsimust konkreetselt ettevõtte vanuse kohta, vaid töö autor soovis uurida just eraldi rahvusvaheliselt tegutsetud aja kohta, mida saab aga samamoodi käsitleda ühe etapi või perioodina ettevõtte ajaloo jooksul ning töö autor näeb ka seda perioodi ülekantavana hüpoteesi kaudsele põhjendusele ettevõtte kogu tegutsetud perioodile. Astmelise mudeli järgi oleks tõenäoline, et mida pikemalt rahvusvaheliselt tegutsetakse, seda rohkematele turgudele sisenetakse. Mitte–astmelise mudeli järgi, kus rahvusvahelistumine on kiire ning kus GSE–d võivad koheselt siseneda mitmetesse maadesse, ka mitte–regionaalsetesse, see hüpotees aga ei kehtiks. Kuna töö autor eeldab, et traditsionaalseid astmeliselt rahvusvahelistuvaid ettevõtteid on siiski enam, jääb kaalukauss siiski kallutatult positiivse korrelatsiooni suunas pikema perioodi ning rohkemate turgude suunas.

Käesoleva töö andmekogumismetoodikana on kasutatud struktureeritud küsimustikku internetikeskkonnas, mis koosnes 24–st küsimusest (lisa 1). Enamus küsimusi sisaldasid ka vastusevarianti „muu“, et vältida olemaolevatest valikutest väljajäänud aspekte. Vastamine oli anonüümne, mistõttu ei avaldata antud töö raames uuringus osalenud ettevõtete nimesid. Vastanute protsent oli 21%, millest täielikult vastatud ankeete oli 1000–st ettevõttest 163. Küsimustiku tegemisel, edastamisel ning analüüsimisel, kasutati Monkey Survey tasuta keskkonda. Kahe nädala intervalli pärast saadeti meeldetuletus küsimustikule vastamiseks. Kogutud andmete analüüsiks kasutati programmi SPSS.

Hüpoteeside kontrollimiseks kasutati sagedustabeleid (kontingentsustabeleid) ning hii–ruut testi. Hii–ruut test on väga levinud kahemõõtmelise sagedustabeli puhul kasutatav test, mille eesmärgiks on hinnata kahe tunnuse omavahelise seose statistilist olulisust (Tooding, 2007). Koostati kontingentsustabelid kõikide küsimuste lõikes eraldi mikro– ja väikeettevõtte lõikes. Samuti on hüpoteeside kontrollimiseks esmalt koostatud iga hüpoteesi puhul kontingentsustabel, et uurida, kas ja milline seos esineb valimis sõltuva ja sõltumatu tunnuse vahel. Selgitamaks kontingentsustabelis välja tulnud seoste statistilist olulisust, kasutatakse olulisustesti ehk hii–ruut–testi, mille alusel saab otsustada, kas valimi põhjal saadud tulemused lubavad väita seose olemasolu kohta ka üldpopulatsioonis.

Käesoleva töö üks põhifookustest on ka erinevate rahvusvahelistumise mustrite vaatlus, et näha, milliste mustrite järgi on rahvusvahelistunud Eesti mikro– ja väikeettevõtted ja kas nende vahel on erinevusi. Selleks on järgnevalt siinkirjutaja koostanud joonise Kuivalainen, Sundqvist, Saarenketo (2012) artikli põhjal, mis uuris VKE–de rahvusvahelistumist, disainides väga huvipakkuva ja tuumikut lahtiseletava mudeli ettevõtete jaotamiseks rahvusvahelistumise mustrite alusel.

Joonisel 3 on näha Kuivalainen *et al.*, 2012 mudel, kus on rahvusvahelistumise mustrid eristatavad rahvusvahelistumise aja, taseme (*scale*) ja ulatuse (*scope*) dimensioonide kaudu. Kõige enam levinud rahvusvahelistumise taseme mõõtmiseks kasutatavateks mõõdikuteks on eksporditihedus (Sullivan 1994), teisisõnu ekspordikäive ning välistegevuse meetod, mis ettevõtte võimekuse (ressursside) kasvades läbi õppimisprotsessi võib muutuda (Benito *et al.* 2009). Rahvusvahelist ulatust ehk geograafilist haaret seostatakse kirjanduses tavaliselt sihtriikide või regioonide arvu kaudu (Zahra *et al.*, 2000; McNaughton 2003). Varasteks rahvusvahelistumise mustriteks (*early patterns*), kus rahvusvahelistumine toimub kiiresti on GSE, kiire astmeline ning kiire regionaalne, hilisteks mustritest (*late patterns*), kus rahvusvahelistumine toimub aeglaselt on GTSE, hiline astmeline ning hiline regionaalne. Joonisel näha oleva ruudustiku igat rahvusvahelistumise mustrit jaotatakse vertikaalselt omakorda madal *versus* kõrge dimensioonide näol.

Mudelit illustreerivad ka rahvusvahelistumise lähtealused juhtkonna–, firma–, ning keskkonna tasandi näol, mis ülalnimetatud eri rahvusvahelistumise mustrite puhul

eristatuvad. Juhtkonna tasandil peetakse väga oluliseks rahvusvahelist orientatsiooni, globaalset maailmavaadet (Nummela *et al.* 2004), mõtteviisi, rahvusvahelisi kogemusi (Reuber, Fischer 1997) ning ettevõtlikkuse orientatsiooni (Kuivalainen *et al.*, 2007). Firma tasand hõlmab endas konkreetsemalt ettevõtte materiaalseid ja mittemateriaalseid ressursse. Samuti ei saa mööda vaadata keskkonna tasandist, kus rahvusvahelistumist takistavad või soodustavad faktorid ja aspektid tulenevad väliskeskkonnast.

Et jaotada uuringus osalenud ettevõtted üldlevinud rahvusvahelistumise mustreid käsitlevate kontseptsioonide (traditsionaalne ehk astmeline versus kiire rahvusvahelistumine ehk RSE=GSE) põhjal, on töö autor käesoleva töö raames koostanud mudeli (joonis 4) Kuivalainen, Saarenketo, Puumalainen (2012: 377) põhjal kohandades seda enda tööst- ning teoreetilises osas käsitletud rahvusvahelistumise kontseptsioonidest lähtuvalt. Mudeli eesmärgiks on analüütiliselt ning teooriatest lähtuvalt asetada uuringus osalenud ettevõtted eraldi mikro- ja väikeettevõtete klassifikatsioonis raamistikku, mille abil nähtub, kuidas antud ettevõtted proportsionaalselt alajaotuvad astmeliste, GSE ja GTSE rahvusvahelistumise mustrite alusel ehk teisisõnu näeme, kui kiired või aeglase ning kui globaalsed on Eesti mikro- ja väikeettevõtted ja kas nende vahel on rahvusvahelistumise mustrite põhjal erinevusi. Jaotused on ära toodud uuringutulemusi käsitlevas peatükis 2.3.

Hoolimata dimensioonide kirjeldavate indikaatorite suurest kontekstuaalsusest (Kuivalainen, Sundqvist, Servais 2007) ning järgides sarnast eeldust autoritega Kuivalainen, Saarenketo, Puumalainen (2012) leiab siinkirjutaja, et kõne all oleva meetodi abil on võimalik uuringus osalenud ettevõtetted start-up mustrite järgi eristada. Ettevõtted soovitakse eristada traditsionaalse, GTSE, RSE, GSE mustrite järgi, lähtudes ülalpool loetletud kolmest dimensioonist: rahvusvahelistumise aeg, tase ja ulatus.

Jooniselt 4 on näha, et peamiseks rahvusvahelistumise mustrite jaotamise aluskarakteristikuks on aeg (Kuivalainen *et al.* 2012). Mudelis on ajamääranguks asutamise ja rahvusvahelistumise vahel kolm aastat (Knight, Cavusgil 2004), mis on kirjanduses kõige enam levinud lävi (Bell *et al.* 2003). Lisaks on töö autor lähtunud sellist jaotust tehes Madsen ja Servais (1997) GSE defineeringule, et sellised ettevõtted sisenevad emakontinendilt väliskontinendile/tidele esimese kolme aasta jooksul peale asutamist.

Knight ja Cavusgil (2004) on GSE kriteeriumina välja pakkunud kolme aasta jooksul ettevõtte 25%-lise või suurema väliskäibe osakaalu saavutamise, ning kuna Eesti on väga väike riik ning mille ettevõtted on võrreldes Euroopa keskmisega enim rahvusvahelistunud (Internationalisation of ... 2010: 23–25), näidates otsest vastassuunalist seost rahvusvahelistumise määra ning riigi suuruse vahel, on käesolevas töös töö autor tõstnud sama suuruse läve 31%-le (miks konkreetne number ei ole näiteks 33%, on põhendatav töö algetapis koostatud uuringuküsimustikule, mida hiljem enam muuta ei saa). Arvestada võib veel lisaks seda, et see suhtarv on samuti kirjanduse põhjal „teatud määral omavoliline“ (Knight, Cavusgil 2004: 133), esinedes ka 50 %-se käibeosaga väljapoole kodukontinenti (Luostarinen, Gabrielsson 2006).

Kuna GSE-de käsitlustest ei leia ühtset defineeringut sihtriikide arvu kohta („...tegutsetakse mitmetes maades“ McDougall, Oviatt 1994), lähtub sarnaselt Kuivalainen *et al.* (2012) mudelile käesolev mudel Kandasaami (1998) VKE-de põhjal läbiviidud uuringus esitatud eeldusele, et GSE peaks omama tegevust vähemalt viies riigis. Autor on sellise kriteeriumiga päri, kuna tegutsemine viies riigis tähendab üldiselt seda, et tegutsetakse mitte üksnes naaberriikides.

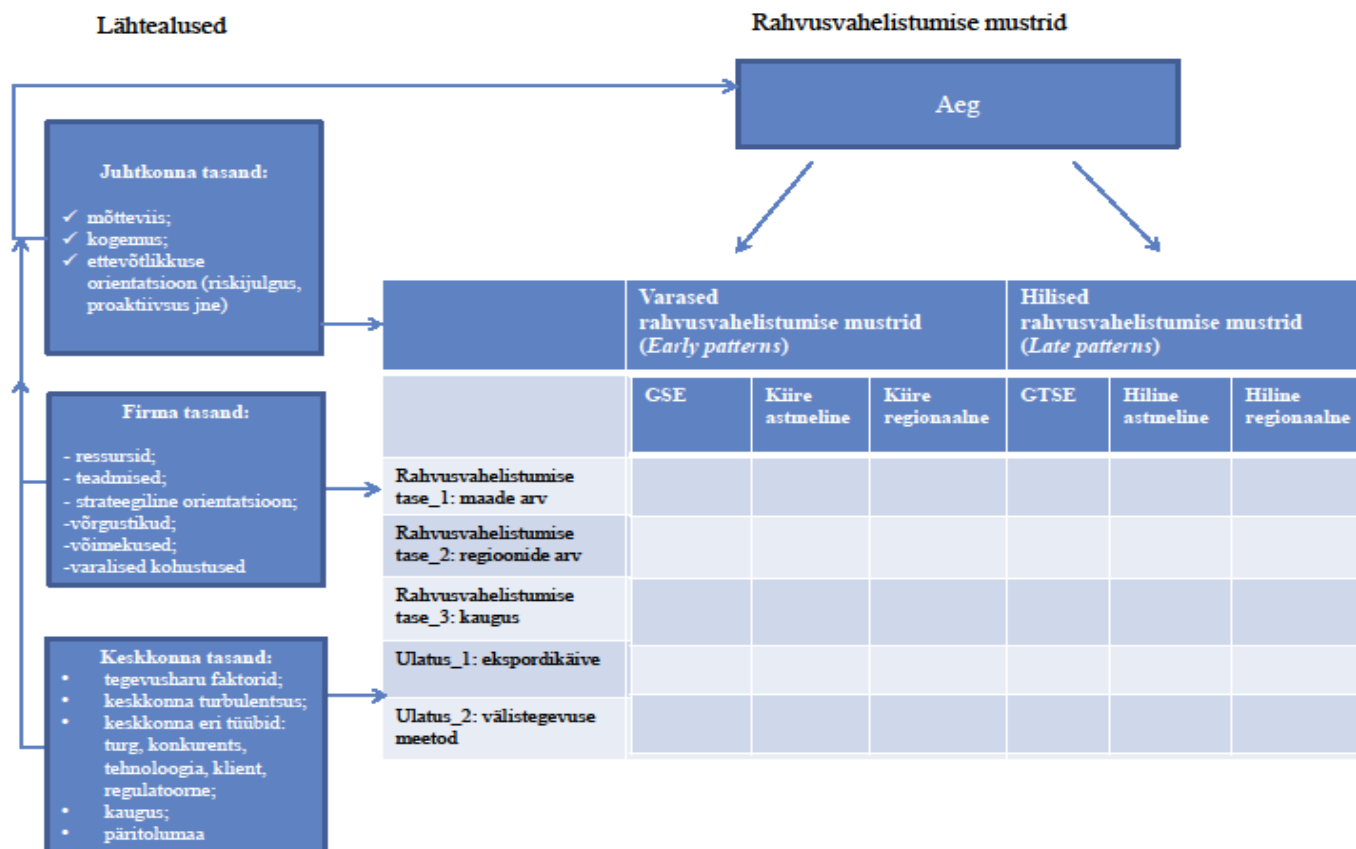
Rohkem kui kolme aastaga rahvusvahelistunud ettevõtted on jaotatud kaheks:

- 1.Vähem kui viies riigis tegutsevad = potentsiaalne astmeliselt rahvusvahelistuja;
- 2.Rohkem kui viies riigis tegutsevad =potentsiaalne GTSE.

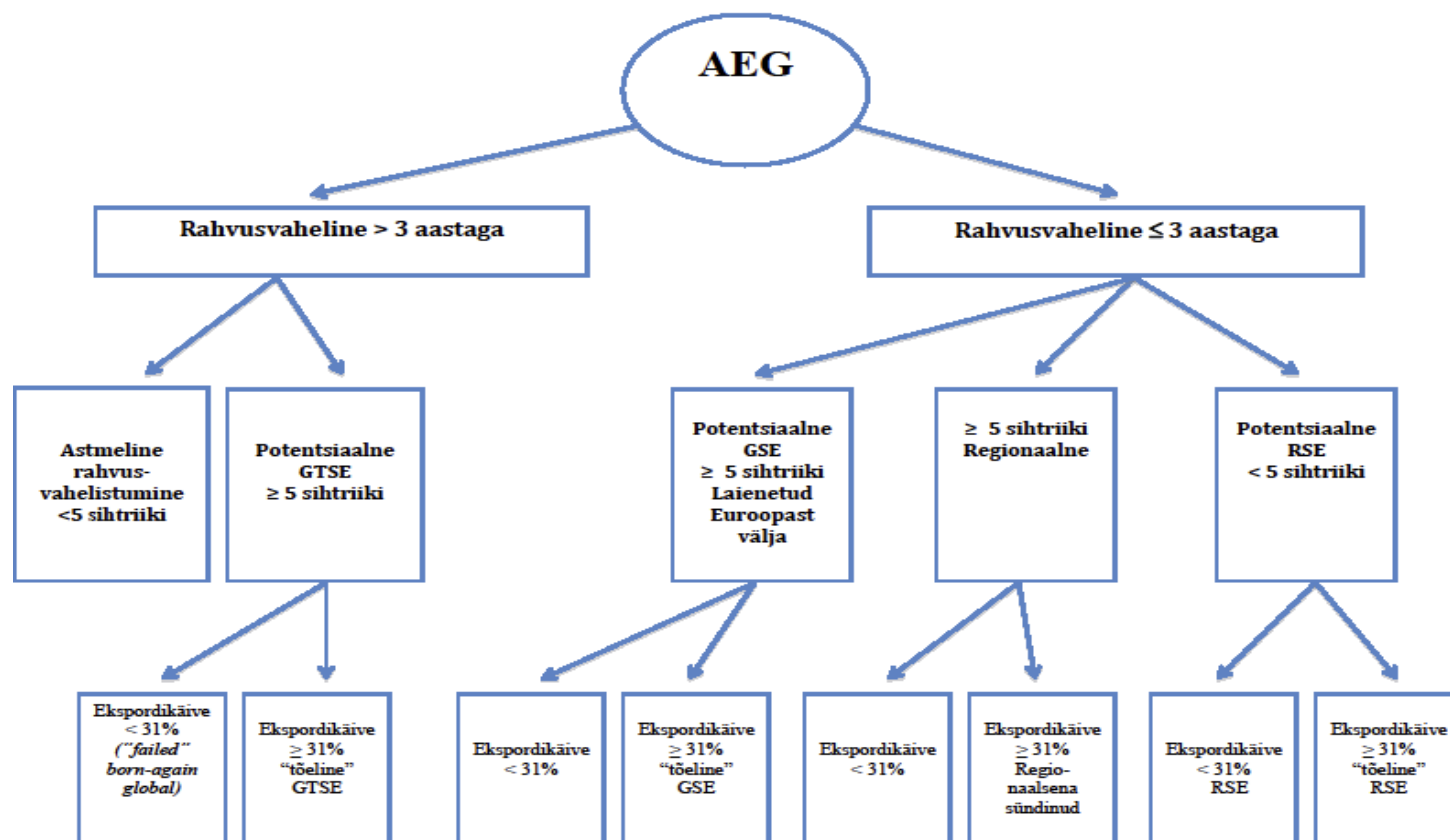
Vähem kui kolme aastaga rahvusvahelistunud ettevõtted on jaotatud samuti kolmeks:

- 1.Rohkem kui viies riigis tegutsevad mitte–regionaalsed (lainenenud Euroopast välja) ettevõtted = potentsiaalne GSE;
- 2.Rohkem kui viies riigis tegutsevad regionaalsed (ei ole laienenud Euroopast välja) = potentsiaalne RSE
- 3.Vähem kui viies riigis tegutsevad ettevõtted =potentsiaalne RSE.





**Joonis 3.** Rahvusvahelistumise mustrite mudel koos lähtealustega (*antecedents*) (autori koostatud Kuivalainen *et al.*, 2012b: 452 ja 456 põhjal)



**Joonis 4.** Ettevõtete jaotusmodel rahvusvahelistumise mustrite järgi (autori koostatud Kuivalainen, Saarenketo, Puumalainen 2012a: 377 põhjal koos autori täiendustega).

Valimi üldjaotuseks on töö autor sarnaselt Calof (1994) uuringule (kus ettevõtte suurus oli kirjeldatud kahe dimensiooni abil: müügikäibe ja töötajate arvu kaudu) valinud töötajate arvu. Lähtuvalt Euroopa Komisjoni defineeringule on käesolevas töös mikroettevõtted kuni üheksa (kaasa arvatud) ning väikeettevõtted kuni 49 (kaasa arvatud) töötajaga ettevõtted.

Lisas 2 on näha, et Eesti eksportivate mikroettevõtete arv aastate 2008–2012 lõikes on tõusutrendis kasvades märkimisväärselt just alamgrupis 1–4 töötajat 3699–lt 6475–le. Samuti on lisas 3 näha, et samas grupis on paralleelselt toimunud ka teiste gruppidega võrreldes suurim ekspordimahu suurenemine (611 miljonilt 1412 miljonile eurole). Sellest võib järeldada, et mikroettevõtted töötajate arvuga 1–4 on hoolimata väga piiratud inimressursist järjest aktiivsemad eksportijad mängides järjest olulisemat rolli väliskaubanduses.

Töö fookuses on rahvusvahelised mikro- ja väikeettevõtted, mis on valimisse valitud Eesti ettevõtete Äriregistri poolt juhuslikkuse printsiibist lähtudes järgmiste kriteeriumite alusel:

1. Suurus töötajate arvu järgi– 1–9 (kaasa arvatud) mikroettevõtete puhul ning 10–49 (kaasa arvatud) väikeettevõtete puhul;
2. Aasta kogukäibe – mikroettevõtete puhul vähemalt 200 000 euri ja väikeettevõtete puhul 2 miljonit euri;
3. Ekspordikäibe vähemalt 10% kogukäibest;
4. Eesti kapitalil.

Aasta kogukäibe piirang on kehtestatud vältimaks väga väikese ekspordikäibega ettevõtete valimisse sattumist. Valitud on Eesti kapitalil olevad ettevõtted, kuna töö autor näeb vajalikuks väga erineva taustsüsteemi tõttu käsitleda kohalikke ja väliskapitalil olevaid firmasid eraldi.

Järgnevalt on tabelis 6 ära toodud valimi jaotus töötajate arvu järgi, kust on näha, et valim jaotub töötajate arvu põhjal küllaltki ühtlaselt: alamgruppides on vastavalt 50 (1–3 töötajat) ja 61 (4–9 töötajat) ning 33 (10–20 töötajat) ja 41 (21–49 töötajat) objekti.

**Tabel 6.** Uuringus osalenud väikeettevõtete jaotus töötajate arvu järgi

Töötajate arv	Osakaal (%)	Ettevõtete arv
1–3	26,88	50
4–9	32,80	61
10–20	17,74	33
21–49	22,58	42

Allikas: autori koostatud.

Järgnevalt on vaatluse all nii ekspordikäibete kui tegevussektoriaalne jagunemine. Eksportivate mikroettevõtete hulgas on enam teenust pakkuvaid ettevõtteid, samuti vahendusega tegelevad ettevõtteid ning väikeettevõtete hulgas tootmisettevõtteid (tabel 7).

**Tabel 7.** Kontingentsustabel tegevussektori ning ekspordikäibe osakaalude kohta

		Mikroettevõte	Väikeettevõte
Ettevõtte tegevussektor	Tootmine	20%	61%
	Teenindus	50%	27%
	Vahendus	30%	12%
Ekspordi osakaal käibest	10–15%	15%	22%
	16–20%	9%	6%
	21–30%	7%	7%
	31–40%	6%	10%
	41–50%	8%	11%
	51–60%	3%	4%
	61% ja rohkem	51%	41%

Allikas: autori koostatud.

Võrdlemaks ning õigustamaks käesolevas töös kasutatud valimi harulist jaotust Eesti ning Euroopa Liidu üldstatistikaga ning mõistmaks üleüldist tegevussektoriaalset jaotust mikro- ja väikeettevõtete puhul, koostas töö autor järgmised tabelid 8 ja 9, millest esimene näitab üldjaotust kõikide ettevõtete lõikes ning teine näitab ekspordi müügitulu erinevatest tegevusharudest. Tabelist 8 on veel näha, et regionaalset erinevust Eesti puhul täheldada ei saa.

**Tabel 8.** Mikro– ja väikeettevõtete üldine jaotus tegevussektorite lõikes

		Ettevõtteid kokku (tuhandetes)	Tootmises (%)	Teeninduses (%)	Vahenduses (%)
Mikroettevõtted	Eesti	46 140	8,8	66,1	25
	EL-27	19 954 985	8,6	62,3	29,1
Väikeettevõtted	Eesti	4 696	23,5	53	23,4
	EL-27	1 345 339	22,2	51,5	26,3

Allikas: autori koostatud (Eurostat 2013) põhjal.

Kuigi üldises jaotuses on näha, et teeninduses on märkimisväärselt enam ettevõtteid, on eksportimisel trend vastupidine, ehk 2012. aastal oli Eesti kaupade eksport 11,1 miljardit ja teenuste eksport 4,2 miljardit (Eesti Pank 2013). Seda näitab ka väikeettevõtete jaotus, kus on 61% tootmisettevõtteid. Valimi jaotust kontrollis töö autor ka Eesti Statistikaametist, koostades järgmise tabeli (tabel 9) ning kus selgus, et tõepoolest ka üldvalimi puhul näitab jaotus sarnast trendi, et mikroettevõtted ekspordivad enim teenust ning on vahendajad, väikeettevõtete hulgas on enim tootmisettevõtteid.

**Tabel 9.** Müügitulu tootmis–teenus ning vahendusettevõtetelt aastal 2011

<i>Müük mitteresidentidele tuh. eurot</i>	Tootmine	Teenus	Vahendus
Mikroettevõtte (1–9)	195 086,40	2 021 750,1	3 699 798
Väikeettevõtte (10–49)	799 630,7	957 666,9	1 342 765,4

Allikas: autori koostatud (Statistikaamet 2013 põhjal).

Ekspordi osakaalude jaotus on ühtlane, kuid eraldi välja toomist nõuab märkimisväärselt suur protsent (48% koguvalimist) 61% ja enama ekspordikäibega ettevõtteid (mikroettevõtteid 57 ja väikeettevõtteid 30) (Tabel 7).

Peatükkides 2.2 ning 2.3. analüüsib töö autor uuringutulemusi, võrdleb neid teoreetiliste seisukohtadega ning teeb omapoolseid järeldusi.

## 2.2. Hüpoteeside kontroll ja arutelu

Uuringus on esitatud kokku neli hüpoteesi, mis puudutavad erinevusi mikro- ja väikeettevõtete vahel rahvusvahelistumise kiiruse ning sihtturgude arvu ja kauguse suhtes. Viimane hüpotees soovis saada tõendust rahvusvahelisest tegutsetud aja ning sihtturgude arvu vahelisele seosele.

**H<sub>1</sub>:** Mikroettevõtted rahvusvahelistuvad aeglasemalt kui väikeettevõtted.

Esimese hüpoteesi puhul on sõltuvaks tunnuseks ettevõtte rahvusvahelistumise aeg (kiirus) väärtustega “0–3 aastat”, “4–6 aastat”, “7–10 aastat” ja “11 aastat ja rohkem”. Sõltumatu tunnus on ettevõtte suurus töötajate arvust lähtudes, kus ettevõtted on jagatud kaheks: mikroettevõteteks (1–9 töötajat) ning väikeettevõteteks (10–49). Seosed on ära toodud järgnevas kontingentsustabelis 10.

**Tabel 10.** Rahvusvahelistumise kiirus mikro- ja väikeettevõtete lõikes

			Mikroettevõtte	Väikeettevõtte	Kokku
Rahvusvahelistumise ega alustamise aeg	0–3 aastat	Arv	91	50	141
		%	82,8%	67,6%	76,7%
	4–6 aastat	Arv	14	10	24
		%	12,7%	13,5%	13%
	7–10 aastat	Arv	2	8	10
		%	1,8%	10,8%	5,4%
	11 aastat ja rohkem	Arv	3	6	9
		%	2,7%	8,1%	4,9%
	Kokku	Arv	110	74	184
		%	100%	100%	100%

Allikas: autori koostatud.

Tabelist 10 võib näha, et mikroettevõtete seas on võrreldes väikeettevõtetega märgatavalt enam ettevõtteid, kes alustasid rahvusvahelise tegevusega 0–3 aastat peale asutamist (vastavalt 82,7% ja 67,6%). Väikeettevõtete seas see-eest on protsentuaalselt enam 7–10 või 11 ja rohkem aastat peale asutamist rahvusvahelise tegevusega alustanud (väikeettevõtete 18,9%, mikroettevõtete seas 4,5%). Seega näitab tabel püstitatud hüpoteesist vastupidist seost.

Järgnevalt ära toodud olulisustest tõestab, et olulisusnivool 5% võib erinevust mikro- ja väikeettevõtete vahel rahvusvahelistumise kiiruses pidada statistiliselt oluliseks, hii-ruut( $\chi^2$ )-statistik(1,  $N=184$ )=1.06,  $p=.014$ .

Tulemuste põhjal saab väita, et mikroettevõtted rahvusvahelistuvad kiiremini kui väikeettevõtted ning seega tuleb ümber lükata püstitatud hüpotees, mis eeldas vastupidist seost. Töö autor järeldab siinkohal, et kiirem rahvusvahelistumine võib olla põhjustatud lisaks üldisele globaliseeruvale turu trendile, et ettevõtted asutataksegi kohe rahvusvahelistena, mikroettevõtete suuremast julgusest, riskialtsusest ning otsustajate ning vastutavate isikute vähesusest. Ettevõtte on väike (otsustamine ja vastutus tavaliselt ühe-kahe inimese kanda) ning konsensusse saavutamine on kiire: kui ka otsused on spontaansed, ei takista miski neid realiseerida proovimast, isegi kui see jääbki ainult „katsetuseks“. Li *et. al.*, (2012) leidis, et kiiremini rahvusvahelistusid väiksema rahvusvahelise kogemusega ettevõtted. Seega võimalik, et ka selles uuringus osalenud mikroettevõtete kiiret rahvusvahelistumist võib tõlgendada rahvusvaheliste kogemuste puudumisega, mistõttu ei osata kõikide riskidega arvestada. Võib oletada, et väikeettevõtted rahvusvahelistuvad rohkem Uppsala-mudeli kohaselt, alustades tegevusega koduturul, kus olles saavutanud kindla ja rahuldava positsiooni, mõeldakse ja plaanitakse tegevusi laiendada välisturul.

**H<sub>2</sub>:** Mikroettevõtted tegutsevad väiksemal arvul turgudel kui väikeettevõtted.

Uuringu teise hüpoteesi puhul on sõltuvaks tunnuseks sihtriikide arv väärtustega “1”, “2”, “3”, “4” ja “5 ja rohkem”. Sõltumatu tunnus on taas töötajate arv ettevõttes, mis on jagatud mikro- ning väikeettevõteteks.

Kontingentsustabelist (tabel 11) selgub, et mikroettevõtete seas on enam neid, kes tegutsevad 1–2 riigis (kokku 44%, väikeettevõtetes vaid 22%). Väikeettevõtetest enam tegutsevad aga viies või rohkemas riigis (42%, mikroettevõtetes vastavalt 26%). Seega võib esialgu eeldada, et teisena püstitatud hüpotees kehtib. Olulisustesti põhjal ei saa aga välja toodud seost pidada statistiliselt oluliseks olulisusnivool 5% (hii-ruut( $\chi^2$ )-statistik(4,  $N=160$ )=8.99,  $p=0.061$ ).

**Tabel 11.** Sihtriikide arvu protsentuaalne jaotus mikro– ja väikeettevõtete lõikes

			Mikroettevõtte	Väikeettevõtte	Kokku
Sihtriikide arv	1	Arv	22	7	29
		%	24%	10%	18%
	2	Arv	19	8	27
		%	20%	12%	17%
	3	Arv	15	14	29
		%	16%	21%	18%
	4	Arv	13	10	23
		%	14%	15%	14%
	5 ja rohkem	Arv	24	28	52
		%	26%	42%	33%
	Kokku	Arv	93	67	160
		%	100%	100%	100%

Allikas: autori koostatud.

Kuigi töö autor näeb silmaga siiski märkimisväärselt erinevust väljendudes selles, et väikeettevõtted tegutsevad siiski rohkematel turgudel kui mikroettevõtted, tuleb jääda käesoleval juhul nullhüpoteesi juurde, et mikro– ja väikeettevõtete vahel ei ole erinevust selles, mitmes välisriigis kokku tegutsetakse.

**H<sub>3</sub>:** Mikroettevõtted eelistavad rohkem lähiturge kui väikeettevõtted.

Kolmandas hüpoteesis on sõltuvaks tunnuseks regionaalsus, ehk kas tegu on lähi– või kaugemate turugudega. Sellekohasel küsimusel (“Millistes välisturgudel tegutsetakse?”) oli ankeedis kokku 16 vastusevarianti (15 määratletud riiki ning variant “muu”). Nende põhjal on autori poolt koostatud eraldi tunnus “lähi–“ või “kaugemad turud”, kus lähiturgudena on kokku liidetud naabermaad Soome, Rootsi, Läti, Leedu ja Venemaa ning kõik ülejäänud riigid moodustavad kaugemad turud. Sellist lähenemist on kasutanud ka näiteks Kandasaami (1998), öeldes, et GSE peaks omama tegevust vähemalt viies riigis. Autor on sellise kriteeriumiga päri, kuna tegutsemine viies riigis tähendab üldiselt seda, et tegutsetakse mitte üksnes naaberriikides. Selles uuringus võetakse lähituruks ka Leedu, mis pole küll naaberriik, kuid on siiski üks Baltimaadest ning selgelt regioonilise kontekstiga.



Analüüsis eristatakse kolme olukorda: ettevõtte tegutseb ainult lähiturgudel, ainult kaugematel turgudel või nii lähi- kui kaugematel turgudel. Sõltumatu tunnus on taas ettevõtte töötajate arv (tabel 12).

**Tabel 12.** Sihtturu tüüpide protsentuaalne jaotus mikro- ja väikeettevõtete lõikes

			Mikroettevõtte	Väikeettevõtte	Kokku
Lähi- või kaugemad turud	Ainult lähiturud	Arv	36	24	60
		%	39%	35%	37,5%
	Ainult kaugemad turud	Arv	12	2	14
		%	13%	3%	8,8%
	Nii lähi- kui kaugemad turud	Arv	44	42	86
		%	48%	62%	53,7%
	Kokku	Arv	92	68	160
		%	100%	100%	100%

Allikas: autori koostatud.

Tabelist 12 selgub, et ainult lähiturgudel tegutsevaid ettevõtteid on mõlemas uuritavas grupis enam-vähem sama palju (39% mikroettevõtetest ning 35% väikeettevõtetest). Kuid mikroettevõtetest tegutsevad võrreldes väikeettevõtetega enamad ainult kaugematel turgudel (vastavalt 13% ja 3%). Lähiturgudel tegutsevad mikroettevõtetest kokku 87% (liites kokku nii ainult lähiturul kui ka nii lähi- kui kaugematel turgudel tegutsejad), väikeettevõtetest tegutsevad lähiturgudel 97% ehk pea kõik ettevõtted. Seega paistab seos olevat hüpoteesis eeldatust pigem vastupidine ning mikroettevõtete seas on enam neid, kes paistavad eelistavat rohkem ka kaugemaid turge.

Saadud seos on ka olulisusnivool 5% statistiliselt oluline, hii–ruut( $\chi^2$ )–statistik(2,  $N=160$ )=6.127,  $p=0.047$ .

Sarnaselt hüpoteesi üks tulemuse analüüsile võib ka siinkohal järeldada, et mikroettevõtted võrreldes väikeettevõtetega on enam riskialtimad ning näevad turgu enim globaalsena. Põhiline autori seisukoht siinkohal on, et järelikult on käsitletavasse valimisse sattunud ka rohkem mikroettevõtetest GSE–sid, kelle juhte (juhte) iseloomustab globaalne visioon, proaktiivsus, ettevõtlikkus ning proaktiivsus. Kuna uuringud on tõestanud, et GSE–d moodustuvad enim IKT (info- ja kommunikatsioonitehnoloogia) ettevõtetest, võib oletada, et Eestis langeb selline grupp ettevõtteid just mikroettevõtete hulka. IKT sektorialset jaotus näitab ka eelpool toodud

tabel 5 (vt lk 35), kust on näha, et kõikidest eksportivatest ettevõtetest on tõepoolest enim sellise profiiliga ettevõtteid mikroettevõtete hulgas.

**H<sub>4</sub>:** Pikema rahvusvahelise tegevusega ettevõtted tegutsevad rohkematel turgudel

Viimase hüpoteesi kontrollimisel on sõltuvaks tunnuseks võetud küsimus “Mitmes välisriigis kokku tegutsetakse”, kus on andmete koondamise eesmärgil varasema viie väärtuse asemel kolm väärtust: “1–2 riiki”, “3–4” riiki ja “5 riiki ja rohkem”. Sõltumatu tunnus on “Mitu aastat rahvusvaheliselt tegutsetakse?”(tabel 13).

**Tabel 13.** Sihtriikide arvu protsentuaalne jaotus rahvusvaheliselt tegutsetud aastate lõikes

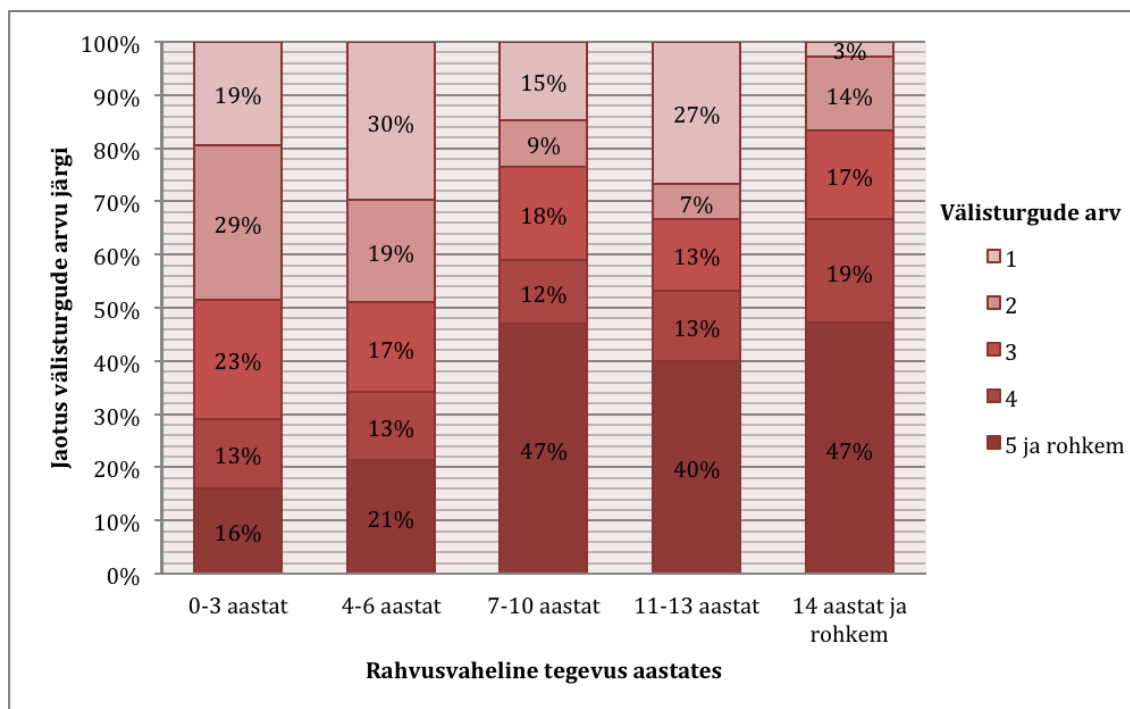
			Rahvusvaheliselt tegutsetud aeg					
			0–3 aastat	4–6 aastat	7–10 aastat	11–13 aastat	14 aastat ja rohkem	Kokku
Sihtriikide arv, kus tegutsetakse	1–2	Arv	15	23	8	5	6	57
		%	48%	49%	24%	33%	17%	35%
	3–4	Arv	11	14	10	4	13	52
		%	36%	30%	29%	27%	36%	32%
	5 ja rohkem	Arv	5	10	16	6	17	54
		%	16%	21%	47%	40%	47%	33%
	Kokku	Arv	31	47	34	15	36	163
		%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Allikas: autori koostatud.

Tabelist 13 selgub, et vähem aega rahvusvaheliselt tegutsenud ettevõtete seas on märgatavalt rohkem 1–2 välisriigis tegutsevaid ettevõtteid (48% kõigist 0–3 ning 49% 4–6 aastat rahvusvaheliselt tegutsenud ettevõtetest võrdluses 17% 14 aastat ja rohkem tegutsenud ettevõtetest). Vastupidine on olukord viies ja rohkemas riigis tegutsevate ettevõtetega: üle kuue aasta rahvusvaheliselt tegutsenud ettevõtetest tegutseb üle 40% viies või rohkemas riigis, 0–3 aastat tegutsenute seas on neid aga 16%. Seetõttu võib oletada, et hüpoteesis eeldatud seos ja selle suund on sobivad.

Olulisustestist selgub, et seos on ka statistiliselt oluline, hii–ruut( $\chi^2$ )–statistik (8,  $N=163$ )=1.86,  $p=0.017$ . Seega võib vastu võtta hüpoteesi, et pikema rahvusvahelise tegevusega ettevõtted tegutsevad rohkemal turgudel.

Kuna seos oli statistiliselt oluline, siis koostas töö autor ka sellekohaselt illustreeriva joonise üldvalimi (mikro– ja väikeettevõtted) kohta, näidates selgelt, et suurema rahvusvahelise kogemusega ettevõtted tegutsevad ka rohkemal turgudel (joonis 5).



**Joonis 5.** Välisurgude arvu protsentuaalne jagunemine erineva ajapikkusega rahvusvaheliselt tegutsenud ettevõtete lõikes (autori koostatud).

Jooniselt 5 on näha, et mida kauem tegutsetakse, seda rohkemates riikides ka tegutsetakse: jõudsalt tõuseb viies ja enamas riigis (16%–lt 0–3 aastat tegutsenute hulgas 47%–le 14 ja rohkem aastat tegutsenute hulgas) ning kahaneb ainult ühes riigis tegutsenute hulk (19%–lt 0–3 aastat tegutsenute hulgas 3%–le 14 ja rohkem aastat tegutsenute hulgas). Kuigi uuringus ei ole tegemist ettevõtte vanusega, vaid rahvusvaheliselt tegutsenud aastatega, võib siiski välja tuua sarnasuse McNaughtoni (2003) mikroettevõtete eksportijate uuringuga, kus selgus, et eksporditurgude arv on positiivselt seotud ettevõtte vanusega.

Siit edasi soovib käesolev töö uurida ka seost rahvusvaheliselt tegutsenud aja ja geograafilise ulatuse kohta. Uppsala koolkonna teadlased väidavad (Wiedersheim–Paul,

Welch, Olson 1975; Johanson, Vahlne 1975), et ekspordiga alustatakse tunnetuslikult lähedastest maadest ning järk-järgult laienetakse kaugema nii kultuurilise kui geograafilise distanttsiga maadesse. Sarnaseid tulemusi on saanud väga paljud uuringud, k.a. käesolev uuring. Saab kinnitada, et tõepoolest ettevõtted tegutsevad enamasti naaberriikides: Soomes (71,17%), Rootsis (49,69%), Lätis (49,08%), Leedus (34,36%) ning Venemaal (tabel 14). Tulemustest võib välja lugeda, et arenenud lääneriikidega partnerlus on Eesti jaoks veel väljakutse (Saksamaa: 21,47%; Prantsusmaa: 15,95%; Inglismaa: 17,79%; Taani: 19,02%).

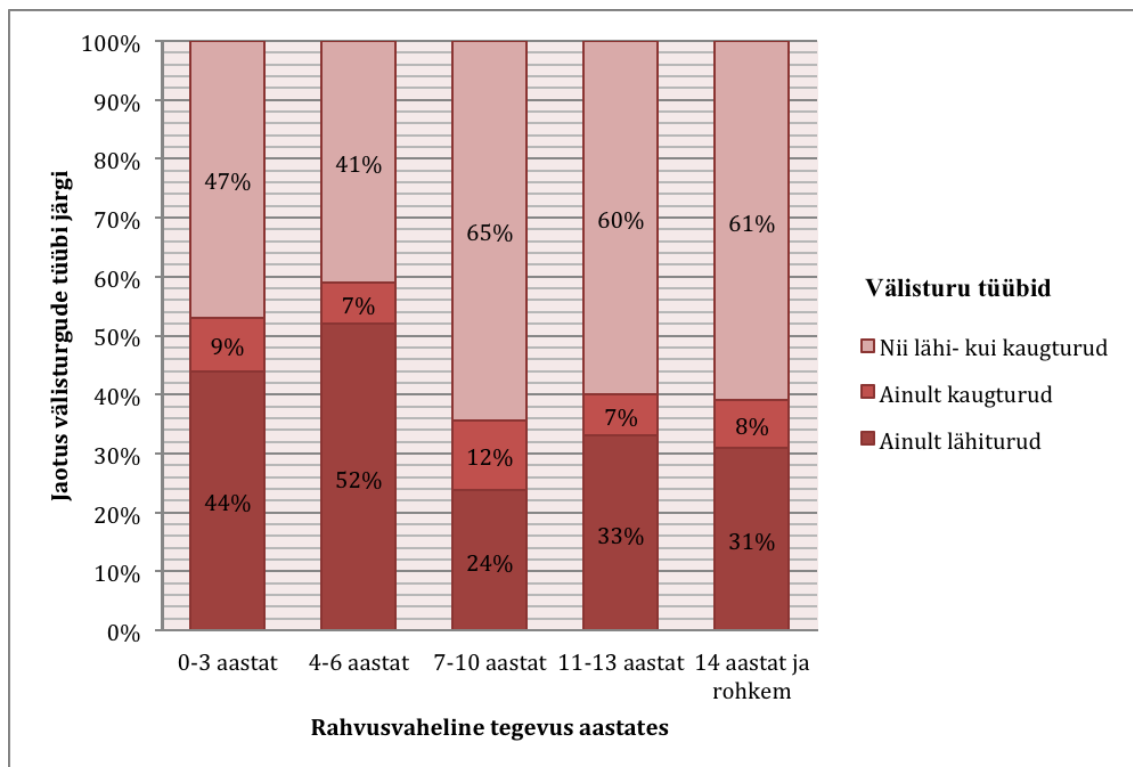
**Tabel 14.** Kõige sagedasemad sihtriigid

Peamised sihtriigid	Osakaal valimist (%)	Vastanute arv
1. Soome	71,17	116
2. Rootsi	49,69	81
3. Läti	49,08	80
4. Leedu	34,36	56
5. Venemaa	30,67	50

Allikas: autori koostatud.

Üldvalimi jaotus regioonide alusel on välja toodud lisa 4. Järgnev joonis 6 näitab geograafilist haaret sõltumatu tunnuse „rahvusvaheliselt tegutsetud aasta“ lõikes, millelt on näha, et astmeline rahvusvahelistumise mudel töötab ka käsitletava valimi põhjal.

Kui 0–6 aastat eksportivatest ettevõtetest tegutsevad ainult lähiturgudel keskmiselt 48%, siis seitsmest tegevusaastast alates on see arv keskmiselt 33%, ehk tegutsetakse enim ka kaugturgudel. Nende ettevõtete hulk, kes tegutsevad ainult kaugturgudel on peaaegu konstantne, olenemata tegutsetud aastatest. Toetusküsimusele, et kas ettevõttele teadlikult oli sihtriigi valikul oluline geograafiline lähedus, vastasid jaatavalt 66,87% vastanutest. Samasugusele küsimusele kultuurilise läheduse kohta aga olid tulemused vastupidised, ehk 64,63% vastustest olid eitavad. Ka hinnangu küsimusest (lisa 5), kus uuriti rahvusvahelise tegevuse takistuste kohta, pidasid suurem osa vastanutest keelebarjääri ning kultuurilisi erinevusi pigem mitte olulisteks aspektideks. Siit järeldab töö autor, et kultuurilise läheduse mõiste võib olla ka vastajatele natuke segane ning täielikult lahtimõtestamata, kuid siiski saab kinnitada seda, et geograafiline lähedus mängib sihtriigi valikul teadlikumat rolli.



**Joonis 6.** Välisturgude regionaalne jaotus ettevõtte rahvusvaheliselt tegutsetud aastate lõikes ( autori koostatud).

Siinkohal saab kokku võtta käesolevas teadustöös esitatud hüpoteeside toetuse/mittetoetuse väga huvipakkuvate tulemustega:

H<sub>1</sub>: Esimese hüpoteesi saab ümber lükata, kuna statistiliselt oluline seos näitas, et võrreldes väikeettevõtetega rahvusvahelistuvad kiiremini hoopis mikroettevõtted.

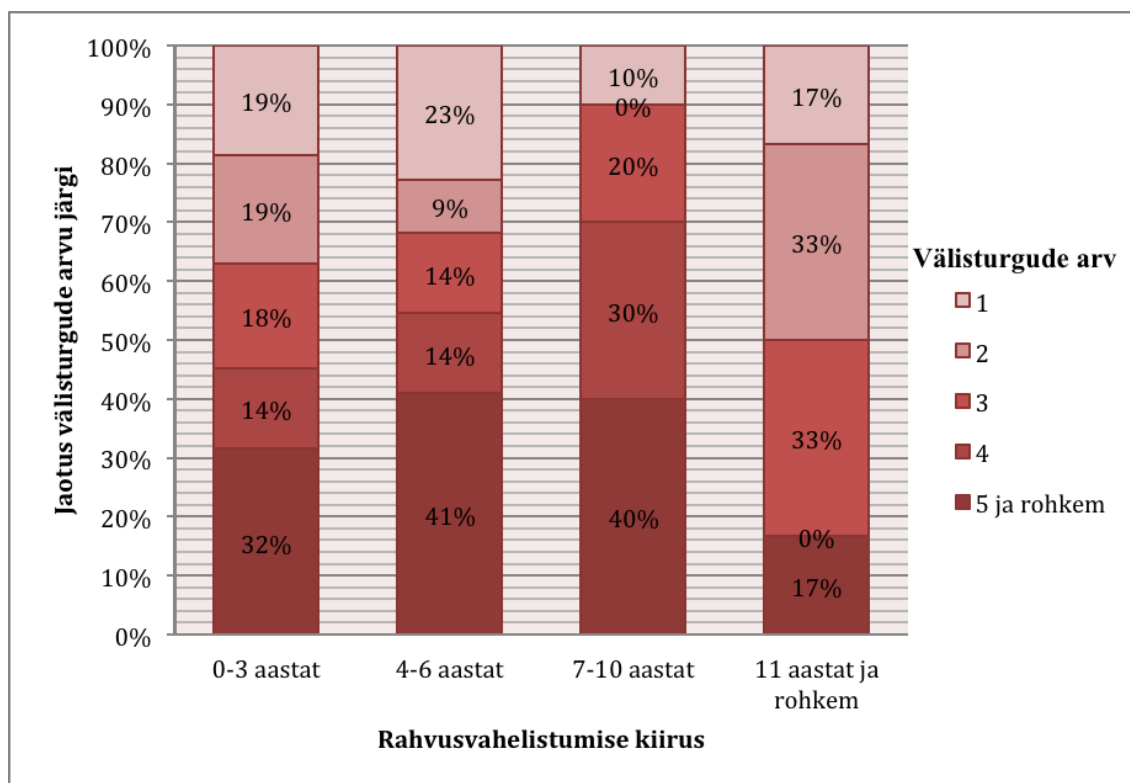
H<sub>2</sub>: Kuigi kontingentsustabelist selgus, et mikroettevõtete seas on enam 1–2 riigis (kokku 44%, väikeettevõtetes vaid 22%) tegutsenuid ning väikeettevõtetes enam viies või rohkemas riigis (42%, mikroettevõtetes vastavalt 26%) tegutsenuid, ei näidanud olulisustest statistiliselt olulist seost ning seega tuleb jääda nullhüpoteesi juurde, et mikro– ja väikeettevõtete vahel ei ole sihtriide arvu osas olulisi erinevusi.

H<sub>3</sub>: Ka kolmanda hüpoteesi saab ümber lükata, kuna statistiliselt oluline seos seletas, vastupidiselt alghüpoteesile, et kaugturgudel tegutsevad rohkem hoopis mikroettevõtted.

H<sub>4</sub>: Neljas hüpotees, et pikema rahvusvahelise tegevusega ettevõtted tegutsevad rohkematel turgudel leidis kinnitust statistiliselt olulise seose näol.

### 2.3. Muud küsitluse tulemused võrdluses teoreetiliste seisukohtadega ning rahvusvahelistumise mustrite jaotused

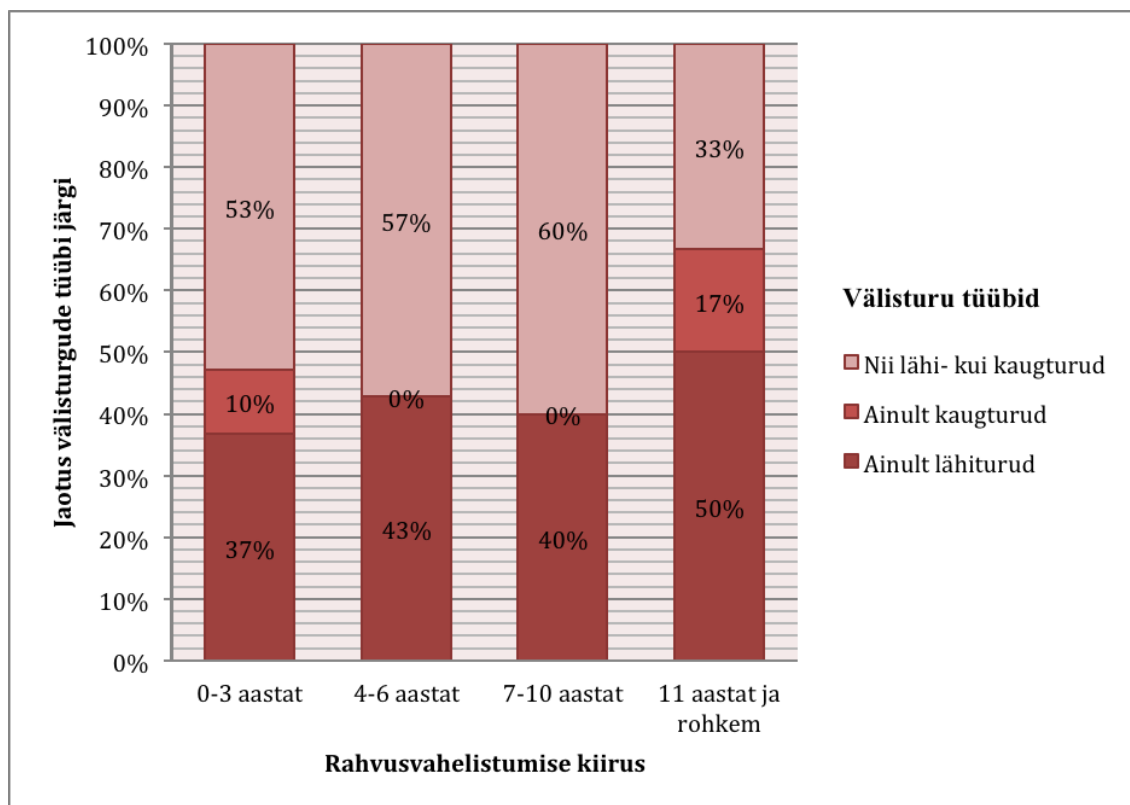
Kuna käesolev töö ei keskendunud üksnes töös esitatud hüpoteeside kontrollimisele, võeti uurimise alla ka mitmed teised rahvusvahelistumist puudutavad aspektid ja nende vahelised seosed. Näiteks soovis töö autor lisaks uurida, kuidas jaotuvad uuringus osalenud ettevõtted sihtriide arvu osas rahvusvahelistumise kiiruse järgi (joonis 7). Huvitav on välja tuua, et enamus osa uuringus osalenud ettevõtetest (77% valimist) on kiired rahvusvahelistujad, kes on alustanud rahvusvahelise tegevusega 0–3 aasta pärast peale ettevõtte asutamist.



**Joonis 7.** Välisturgude arvu protsentuaalne jaotus ettevõtte rahvusvahelistumise kiiruse lõikes ( autori koostatud).

Jooniselt 7 otsest seost või trendi rahvusvahelistumise kiiruse ja välisturgude arvu vahel ei täheldata. Kõige enam kolmes ja rohkemas sihtriigis tegutsenuid on 7–10 aastat peale asutamist rahvusvahelistunud ettevõtete seas.

Samuti uuris töö autor rahvusvahelistumise kiirusest lähtuvalt regioonilist ulatust (lähiturud: Soome, Läti, Leedu, Venemaa, Rootsi; kaugturud: kõik ülejäänud riigid) (joonis 8).



**Joonis 8.** Välisturgude tüüpide protsentuaalne jaotus ettevõtte rahvusvahelistumise kiiruse lõikes (autori koostatud).

Samuti ei ole jooniselt 8 näha rahvusvahelistumise kiiruse ja globaalse laiuse vahelist väga tugevat seost, küll aga on kõige kiiremini rahvusvahelistujate hulgas kõige vähem ainult lähiturudel tegutsejaid (37%), võrreldes kõige aeglasemalt rahvusvahelistujatega (50%).

Käesoleva uuringuga sarnastele tulemustele välistegevuse meetodite osas jõudis Westheadi *et al.* (2002) uurimus, mis näitas, et kõige enam kasutatav sisenemismeetod on omaeksport (vastavalt 78% mikro– ja 62% väikeettevõtete puhul). Ka käesolevas töös läbi viidud uuringust selgus sarnaselt eeltooduga, et 45% ettevõtetest kasutasid ekspordiks omaeksporti, 23%–ga oli teisel kohal otsene eksport ning kolmandal kohal allhanke meetod (lisa 6). Sellekohased erinevused mikro– ja väikeettevõtete vahel ei ole märkimisväärsed: (tabel 15) : ligi pooled ettevõtted kõikides suuruse gruppides kasutavad omaeksporti, 23% ettevõtetest välismaist vahendajat (otsene eksport) ning 15%–l toimub rahvusvahelistumine läbi allhanke. Ainukene erinevus oli kaudse ekspordi ehk kodumaiste vahendajate suurem kasutus mikroettevõtete puhul (vastavalt 11% ja 6%).

**Tabel 15.** Välistegevuse meetodite jaotus mikro– ja väikeettevõtete lõikes

		Mikroettevõte	Väikeettevõte
Välistegevusmeetod	Omaeksport	42%	51%
	Otsene eksport	23%	24%
	Allhange	14%	15%
	Kaudne eksport	11%	5%
	Litsentsimine või frantiis	3%	2%
	Investeering	1%	2%
	Ühisturundus	0%	2%
	Muu viis	5%	2%

Allikas: autori koostatud.

Kuigi võrreldes suurte firmadega ei pruugi väikesel ettevõttel olla ressursse minna kliendini otse (Rowden 2001: 268), näitavad tulemused, et väikesed ettevõtted teevad seda siiski. Tulemused võivad tähendada, et väikesed ettevõtted soovivad ise omada tegevuste üle otsest kontrolli või võib ka osaliselt tähendada omanike kogenumatust, kes ei ole täielikult teadlikult teistest välistegevuse meetoditest (Westhead *et al.* 2002.: 64). Uppsala mudelile, et ettevõtted alustavad ekspordiga kasutades vähem riske võtvate meetoditega nagu ühisettevõtete loomine või välisagentide kasutamine, ei leidnud toetust ka Kamakura *et al.* (2011) uuring, kus väikese- ja keskmise suurusega ettevõtted kasutasid peamise välissisenemismeetodina omaeksporti, kasutades selleks algusest lõpuni firmasisesid enda ressursse.

Uurides rahvusvahelistumise põhjuste kohta, selgus (vt lisa 7), et kõige olulistemate põhjustena nimetati laienemist ning sellega seotud olevat suuremat tarbijaskonda, paremaid kasumivõimalusi, paremat müügihinda jne., mis on ka igati loogiline tulemus, kuna Eesti puhul on tegemist äärmiselt väikese siseturuga. Euroopa liidu uuring (2010) leidis selge vastassuunalise korrelatsiooni koduturu suuruse ja eksportivate ettevõtete hulga vahel. Väikeste koduturgudega ettevõtted peavad laienemiseks rahvusvahelistuma (Brouthers *et al.* 2009: 26). Ka Moen (1999) nimetas ekspordipõhjustajatena väikest koduturgu või suurenevat konkurentsi koduturul. McNaughton (2003) mikroettevõtete põhjal läbi viidud uuring näitas eksporditurgude arvu ja väikese koduturu vahelist vastassuunalist seost.



Oluliste põhjustena nimetati järgmisena juhuslikke tellimusi ning olemasolevat välismaist klienti, mistõttu võib eeldada, et rahvusvahelistumine on alanud suhteliselt mitte-planeeritult, olles reaktiivne väliskeskkonnale. Eelpool nimetatud aspektiga oli võrdselt oluline ka ellujäämine, mis on suhteliselt abstraktne mõiste ning ettevõtete poolt mitmeti tõlgendatav, kuid näitab selgelt, et väike siseturg ei pruugi olla rahuldavaks platooks ettevõtte jätkusuutlikuks arenguks. Olulisi erinevusi mikro- ja väikeettevõtte vahel ei olnud (lisa 8, tabel 3). Tuues võrdlusi teooriaga, ka Wiedersheim–Paul *et al.* (1978) toovad ekspordipõhjustajatena esile ettevõtte ellujäämise ning stabiilsuse aspekti. Ettevõtted soovivad müügikasvu kaudu ekspordi abil vähendada turu ebastabiilsusest tulenevaid riske (*Ibid.*: 50). Moini, Kalouda ja Tesar (2008) peavad samuti tänapäeval rahvusvahelistumist ellujäämise küsimuseks, rõhutades seal juures pika-ajalise ekspordistrateegia ning ekspordivõimaluste järjepidevat ära kasutamise olulisust.

Westhead *et al.*, 2002 märkis oma uuringus, et rahvusvahelistumisel olid väikeettevõtetest enim välistest stiimulitest mõjutatud mikroettevõtted, alustades eksportimist juhusliku välistellimuse tõttu. Fillis (2001), kes uuris Inglismaa ja Iirimaa rahvusvahelisi käsitööga tegelevaid väga väikeseid mikroettevõtteid, leidis peamiste ekspordiga alustamise põhjustena messidel kohaloleku, koduturul tegutsemise vältel saadud kontaktid, head tulemused koduturul ning neljandana juhusliku tellimuse. Üks sisemisi faktoreid ekspordi stiimulina võib olla ka ülevõimsus (*excess capacity*) (Wiedersheim–Paul, Olson *et al.* 1978: 52). Viimane kätkeb endas ka teisi vabasid ressursse peale tootmisvõimsuse. See võib aga tellimuste suurenedes jääda kitsaskohaks, kuna olemasolevate ressurssidega ei suudeta enam nõudlust rahuldada. Samas uuringus nimetatakse väliste faktoritena ekspordiga alustamise juhuslikku välistellimust; turuvõimalusi; konkurentsi ning valitsuse toetusmeetmeid.

Rahvusvahelistumist ettevalmistav etapp on väga oluline. See sisaldab mitmeid tegevusi nagu turu-analüüs, ressursside sidumine rahvusvaheliste turundustegevustega ning toodete kohandamine (Knight 2004: 161). Turuanalüüs aitab firmal edukat ettevõtmist planeerida, paljastades probleemkohad enne kui tehakse tegelik investeering. Viimane ei garanteeri küll õigeid otsuseid, kuid parendab ettevõtte edu võimalusi oluliselt (Wiedersheim–Paul *et al.* 1978: 161). Läbikukkumised välisturugudel on kõige

sagedamini põhjustatud ebapiisavatest teadmistest ja on peaaegu alati palju kallimad kui turu-uuringu tegemine (Knight 2004: 167). Westhead *et al.* (2002: 63) empiirilised tulemused tõestasid, et nii mikro- kui väikeettevõtted alustasid eksportimist ilma ratsionaalse analüüsita või kaalutletud planeerimiseta. Ka töö autor esitas käesolevas uuringus sellekohase küsimuse, uurides rahvusvahelise tegevuse ettevalmistavate etappide kohta. Selgus, et eeletapile kulutatud aega hindas keskmiseks ja piisavaks 69,32% vastanutest (lisa 9). Kõige enam kasutatavamateks meetoditeks olid eelkohtumised, internetist kontaktide otsimine, turuanalüüs ning messikülastused. Kontingentsustabelist (lisa 8, tabel 5) suuri erinevusi mikro- ja väikeettevõtete vahel ei täheldatud peale selle, et messikülastusi kasutasid piisavalt palju või väga palju 56% väikeettevõtetest, kuid ainult 21% mikroettevõtetest. Samad tulemused on ka EAS-ga koostöö osas, olles vastavalt 50% mikroettevõtete 12% vastu. Erinevus tõendas olla ka statistiliselt oluline ( $p=0,008$ ) ehk saab väita, et Eesti mikroettevõtetest enam külastavad või osalevad messidel ning teevad koostööd EAS-iga väikeettevõtted.

Sarnaselt huvitas ka töö autorit eelteadmiste ja kogemuste hulk, mis on väga oluline aspekt kõikides rahvusvahelistumise teooriates. Johanson ja Vahlne (1977) rõhutavad kogemuslike teadmiste olulisust, mida ei saa nii kergesti omistada kui õpitavaid. „Üks tüüp, objektiivne teadmine, on õpitav; teine, kogemus või kogemuslik teadmine, on õpitav ainult läbi isiklike kogemuste“ (Penrose 1966: 53). Rahvusvahelistumisest rääkides on kogemuslikel teadmistel kriitiline roll, eriti just tegevuste puhul, mis on seotud inimestega suhtlemisega nagu näiteks juhtimine ja turundus (Johanson, Vahlne 1977: 28). Töö autor nõustub eeltooduga ning on seisukohal, et näiteks turu-analüüs baseerub siiski objektiivsetel teadmistel ning ei kajasta eksperimentaalseid kogemusi ning seetõttu ei saa ainuüksi sellele eelprotsessile omistada liiga suurt tähtsust. Teisisõnu, turu-analüüs ei taga kaugelt firma rahvusvahelist edu välisturule sisenemisel, märksa olulisemad on kogemuslikud teadmised.

Väga huvitava tulemuse sai Li *et al.* (2012) uuring, kus kiiremini rahvusvahelistusid väiksema rahvusvahelise kogemusega ettevõtted. Autori seisukoht on, et sellised ettevõtted ongi riksialtimad ja kiiremini rahvusvahelistuvad kuna ei ole kõikidest riskidest teadlikud ning ei oska seetõttu ka nendega arvestada.

Lisa 10 näitab, et kõige tähtsamad aspektid, mis väga oluliselt või pigem oluliselt mängisid enne rahvusvahelistumist rolli, olid eelnev rahvusvaheline töökogemus (53%) ning ärivõrgustikud sihtriigis (48%). Ekspordikogemus ning vastav haridus olid normaaljaotusega, olles peaaegu sama suurele hulgale pigem olulised (vastavalt 40% ja 35%) kui teisele hulgale pigem mitteolulised (vastavalt 42% ja 45%). Siinkohal aga sai täheldada väga huvipakkuvaid tulemusi kontingentsustabelist mikro- ja väikeettevõtete lõikes, kus oli näha tendentsi (lisa 8, tabel 4), et mikroettevõtted omistasid eelteadmiste ja kogemuste kõikidele uuritud aspektidele märksa kõrgemad hinnangud. Näiteks oli 76% mikroettevõtetest eelnev rahvusvaheline kogemus pigem või väga oluline, seevastu 53% väikeettevõtetest pidasid seda mitte või pigem mitte oluliseks. Seetõttu viidi läbi täiendav olulisustest, mis aga statistiliselt olulisi erinevusi ei selgitanud.

Uurides rahvusvahelistumisel peamiste takistuste kohta (lisa 5), selgus, et kõige suurem osa vastanutest (57%) märkis, et pigem oluline ja väga oluline takistus on uute partnerite leidmine. Sellega nõustub ka töö autor, kes tihedalt mikroettevõtte ekspordi arendusega tegev olles, on märganud eelnimetatud tegevuses olulisi takistusi, kuna sellealaseid abiorganisatsioone on küll silmaga nähes juurde tekkimas, kuid kogemused näitavad, et tulemused on kasinad. Olulisuse poolest oli järgmine finantvahendite piiratus ning peaaegu võrdselt olulised takistused hea ekspordi müügijuhi leidmise probleemid, teadmiste kogemuste piiratus ning tootmismahu väiksus. Kontingentsustabel (lisa 8, tabel 6) suuri erinevusi mikro- ja väikeettevõtte vahel ei näita. Ainukeseks märkuseks võiks tuua hea ekspordimüügijuhi leidmise probleemi täheldamine 65% väikeettevõtete poolt 42% mikroettevõtte vastu. Töö autor arvab, et mikroettevõtte finantsressursid on piiratumad ning seetõttu püütakse hakkama saada olemasoleva personaliga.

Kuna töö fookus ei olnud mitte-lineaarsel rahvusvahelistumisel, uuris töö autor seda aspekti ainult taustainformatsioonina uuringu paari küsimusega turgudelt taandumise ning selle põhjuste kohta (tabel 16), kust selgus, et suhteliselt suur hulk ettevõtteid on selle nähtusega silmitsi seisnud.

**Tabel 16.** Turgudelt taandumine mikro– ja väikeettevõtete lõikes

Kas Teie ettevõtte on mõnelt turult täielikult või osaliselt taandunud?		Mikroettevõtte	Väikeettevõtte
	Jah	35%	43%
	Ei	65%	57%

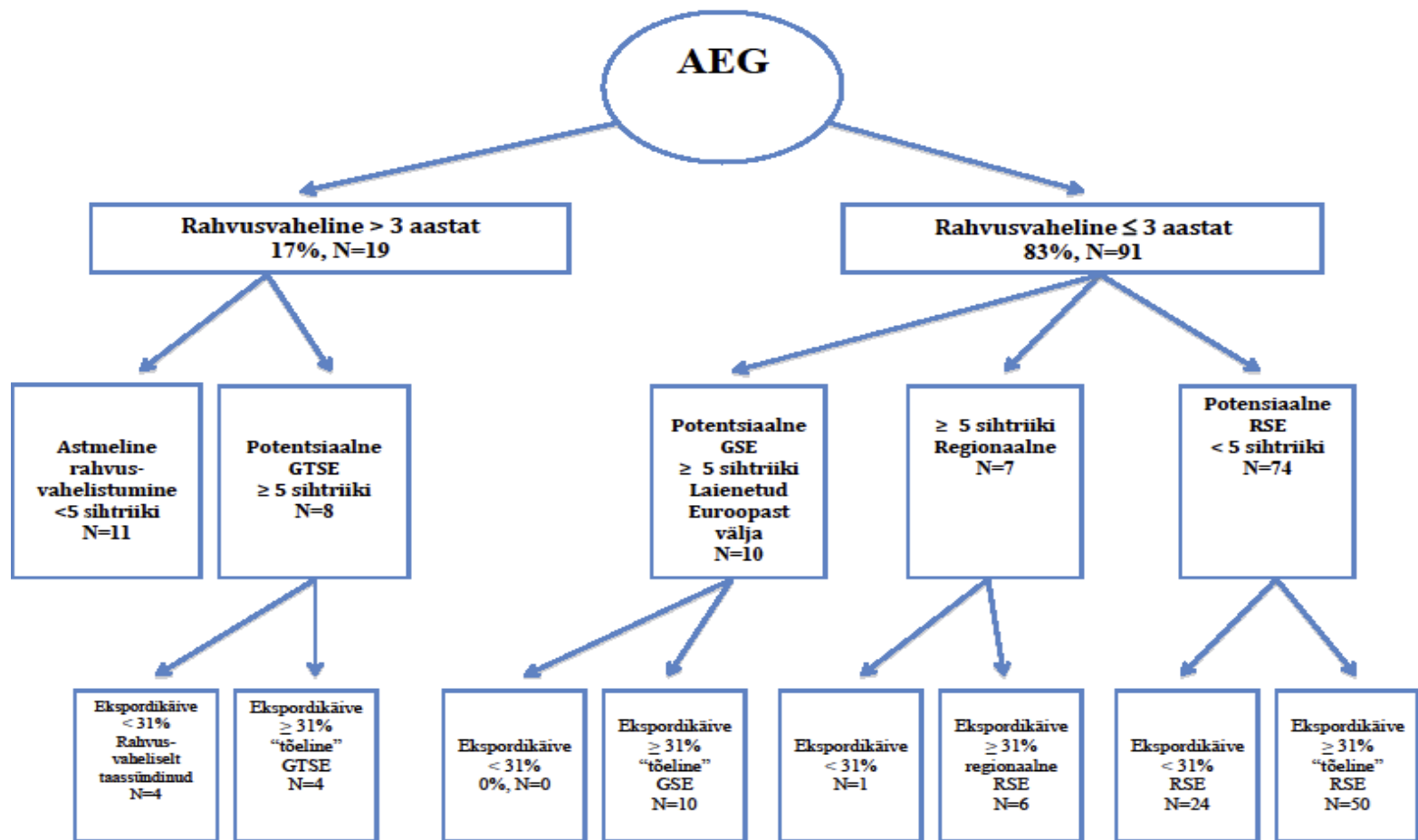
Allikas: autori koostatud.

Tabel 16 näitab, et 35% mikro– ja 43% väikeettevõtetest on mõnelt turult taandunud. Peamiste põhjustena (lisa 8, tabel 2) toodi välja partneritega mittesujuvat koostööd, ühekordseid tellimusi ning tihedat konkurentsi välisturul.

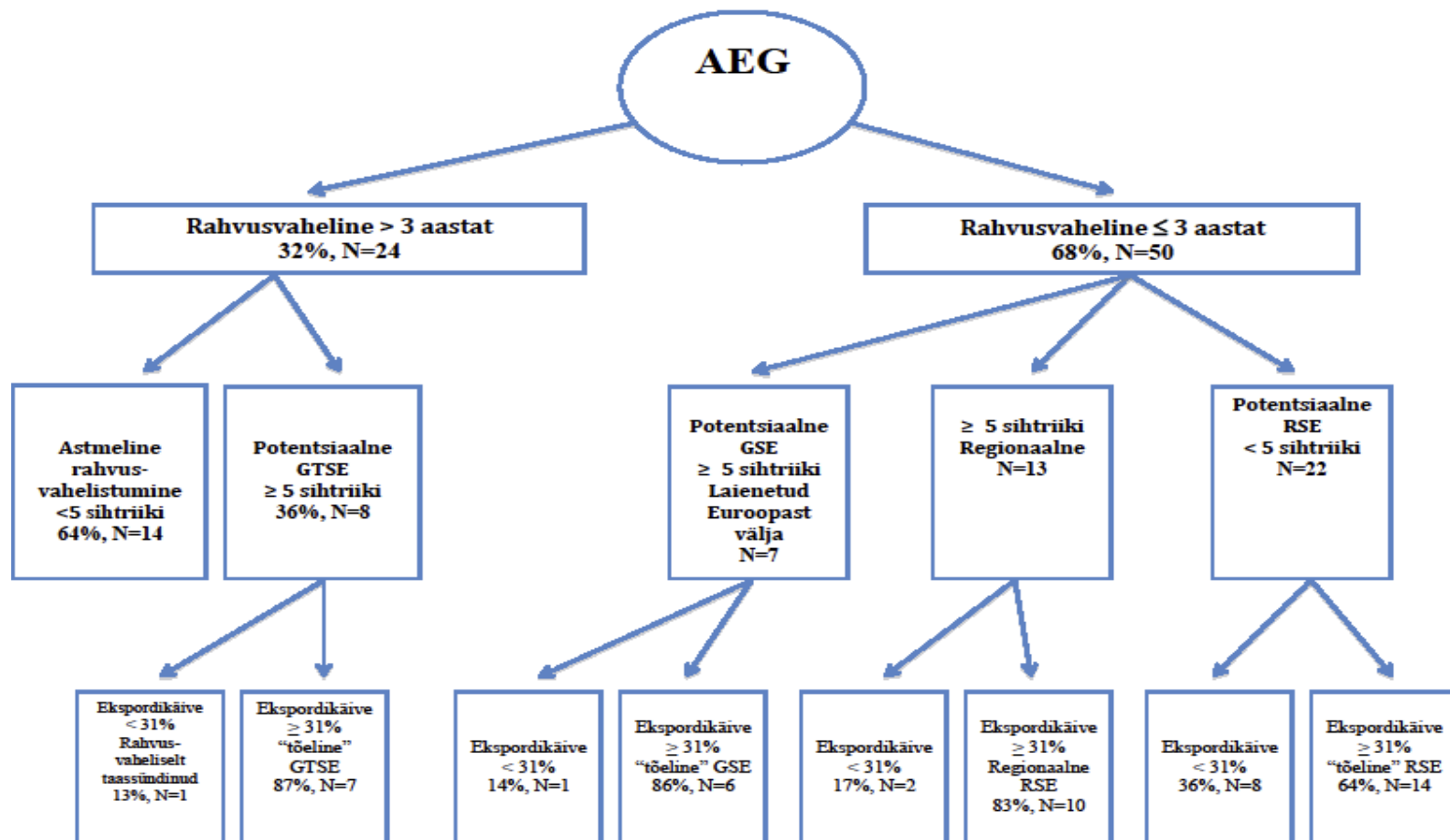
Lõpetuseks soovis töö autor käesoleva töö peatükis 2.1. (joonis 4) kirjeldatud mudeli alusel jaotada mikro– ja väikeettevõtted rahvusvahelistumise mustrite alusel, vaadelda nendevahelisi erinevusi ning võrrelda tulemusi teiste autorite varasematega (joonis 9 ja 10).

Jooniseid 9 ja 10 võrdluses on nähtud, et mikroettevõtete hulgas on enim kiireid ehk kuni kolme aastaga rahvusvahelistujaid (vastavalt 68% väikeettevõtetest ning 83% mikroettevõtetest). Viimast väljaöeldut toetab ka käesolevas töös esitatud esimese hüpoteesi ümberlukkamine, mille tulemusel saab väita, et erinevus oli statistiliselt oluline ning et mikroettevõtted on kiiremad rahvusvahelistujad kui väikeettevõtted. Väga suurest kiiresti rahvusvahelistuvate ettevõtete osakaalust saab järeldada, et järjest enam tekib juurde väikeettevõtteid, kes koheselt peale asutamist alustavad ka rahvusvahelise tegevusega, mis on iseenesest ka praeguse globaliseeruva taustsüsteemi puhul loogiline tulemus.

Kõigest 17% mikroettevõtetest rahvusvahelistusid enam kui kolme aastaga (edasipidi nimetatakse seda gruppi aeglasteks rahvusvahelistujateks). Aeglaseid rahvusvahelistujaid väikeettevõtete hulgas oli 32%. Võib eeldada, et viimasest grupist vähem kui viies riigis tegutsenuid võib pidada traditsionaalselt ehk astmeliselt rahvusvahelistujateks ning rohkem kui viies riigis tegutsenuid ettevõteteks, kelle puhul võib tegu olla GTSE–ga. Tõelisteks GTSE–deks määratles töö autor sellised ettevõtted, kes rahvusvahelistusid enam kui kolme aasta jooksul, tegutsesid rohkemas kui viies riigis ja kelle ekspordikäive ületas 31%. Viimaseid oli 3% mikro– ning 11% väikeettevõtetest.



**Joonis 9.** Mikroettevõtete rahvusvahelistumise mustrite jaotus rahvusvahelistumise kiirusest (aeg) lähtuvalt (autori koostatud joonis 4 põhjal).



**Joonis 10.** Väikeettevõtete rahvusvahelistumise mustrite jaotus rahvusvahelistumise kiirusest (aeg) lähtuvalt (autori koostatud joonis 4 põhjal).

Traditsionaalsed rahvusvahelistujad (aeglane rahvusvahelistuja tegutsedes vähem kui viies riigis) moodustasid mikroettevõtetest kokku 10%, väikeettevõtetest 20%.

Vähem kui kolme aastaga rahvusvahelistujad (edaspidi nimetatakse seda gruppi kiireteks rahvusvahelistujateks) jagati omakorda kolme gruppi: rohkemas kui viies riigis tegutsejad ja on laienenud Euroopast välja (alajaotus 1), rohkemas kui viies riigis tegutsejad tegutsedes regionaalselt ehk ei ole laienenud Euroopast välja (alajaotus 2) ning vähem kui viies riigis tegutsevad ettevõtted (alajaotus 3). Viimastest jaotustest selgus, et 9% mikro- ning 8% väikeettevõtetest võivad olla tõelised GSE-d (alajaotus 1), 6% mikro- ja 18% väikeettevõtetest on kiired regionaalsed rahvusvahelistujad (alajaotus 2) ning 67% mikro- ja 39% väikeettevõtetest on küll kiired rahvusvahelistujad, kuid kes tegutsevad vähemas kui viies sihtriigis.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et väikeettevõtete hulgas on enam astmeliselt rahvusvahelistujaid (20% 10% vastu) ning sellega seotult ka alamgruppi kuuluvaid GTSE-sid (11% 3% vastu). Kuigi kiireid rahvusvahelistujaid oli mikroettevõtete hulgas 15% enam, oli protsentuaalne alajaotus tõeliste GSE-de osas sarnane (9% ja 8%). See ei olnud oodatud tulemus H3 tulemuste aruteluga, kuna eeldasime, et mikroettevõtted eelistavad väikeettevõtetega võrreldes rohkem kaugemaid turge (väikeettevõtetest 3% mikroettevõtete 13% vastu). Tulemuste vastuolu on selgitatav aspektiga, et kaugem turg oli defineeritud naaberriikidega, s.h. Leedu, kuid kriteeriumiks ei olnud eraldi Euroopast välja laienemine. Siit saab järeldada, et mikroettevõtete hulgas on küll enam kiireid ja rohkem kui viies riigis tegutsenuid, kuid tõelisi GSE-sid, kes on sealjuures laienenud ka Euroopast välja on proportsionaalselt sama hulk. Kõige suurem hulk ettevõtteid langes 3. alajaotusesse, ehk 67% mikro- ja 39% väikeettevõtetest olid kiired rahvusvahelistujad, tegutsedes regionaalselt vähemas kui viies riigis.

## KOKKUVÕTE

Tänu kiirele tehnoloogilisele arengule vaadeldakse tänapäeval rahvusvahelistumist loomuliku osana ettevõtte arengus, kus peaaegu iga loodud ettevõtte seisab silmitsi vähemalt teatud liiki rahvusvahelise väljakutsega, olgu see siis import, eksport või mõni muu tegevusmeetod. Seetõttu on saanud rahvusvahelistumisest üks populaarseim uurimistemaatika, kus muuhulgas uuritakse ka rahvusvahelistumise mustreid ehk kuidas, milliste etappidega toimub ettevõtte rahvusvahelistumine.

Rahvusvahelistumise mustrid on aluseks ka rahvusvahelistumise protsesside käsitlemisele, mis alates 1970. aastatest võib laiemalt jaotada kolme suuremasse klassi: astmeline; mitte–astmeline ehk kiire ning mitte–lineaarne rahvusvahelistumine. Kaks esimest suunda, millel peamiselt põhineb ka käesolev magistritöö, erinevad üksteisest rahvusvahelistumise tunnuste poolest, milleks on erinevad autorid nimetanud näiteks eelnevat rahvusvahelist kogemust, rahvusvahelistumise ulatust, taset, kiirust, füüsilist distantssi, õppimise aspekti, asutaja omadusi, organisatsioonilisi võimekusi, mittemateriaalseid varasid, väärtusloome allikaid ning strateegilist fookust.

Kõige vanem terviklikum mudel, mis kannab Rootsi autorite Johanson, Wiedersheim-Pauli ja Vahlne töökohta järgi nimetust ka Uppsala mudel, käsitleb rahvusvahelistumist astmeliselt, kus enne rahvusvahelistumist on ettevõtted tegutsenud piisavalt koduturul, alustades seejärel laienemist tunnetuslikult ja füüsiliselt lähedastest maadest, kasutades suuremaid investeeringuid mitte nõudvaid välistegevusmeetodeid.

Autorid Oviatt, McDougall, Knight ja Cavusgil käsitlevad rahvusvahelistumist kiire protsessina, kus rahvusvahelistumine võib alata kohe või peaaegu kohe peale ettevõtte asutamist nii, et turgudeks ei pruugi olla geograafiliselt lähedased maad ega



välisetegevusemeetoditeks vähem ressursse nõudvad meetodid. Sellised ettevõtted on mitte-traditsioonilised ehk peavad omama rahvusvahelist võimekust, mis on peamiselt tagatud just lisaks unikaalsetele või kõrgtehnoloogilistele toodetele ka juhi kompetentside tõttu, mis võib hõlmata endas globaalset visiooni, rahvusvahelist kogemust ning laia kontaktivõrgustikku. Tõepoolest on näha, et järjest enam ettevõtteid luuakse koheselt rahvusvahelisteks, osasid nendest võib nimetada globaalsena sündinud ettevõteteks, kes peavad turuks kogu maailma sõltumata turgude füüsilisest või tunnetuslikust kaugusest. Trend on näha tekkimas juurde järjest enam väikeseid ettevõtteid, tavaliselt kõrgtehnoloogilise profiiliga, keda võib nimetada *born-global* ettevõteteteks.

Käesolev uuring näitas, et kõige suurem osa mikro- ja väikeettevõtetest on kiired rahvusvahelistujad, tehes seda esimese kolme aasta jooksul, tegutsedes regionaalselt vähemas kui viies riigis. Kuna teoreetiliste mudelite lähteseisukohaks on aeg ehk millal alustati rahvusvahelise tegevusega, siis leiab töö autor siinkohal vaidluskoha, et kuigi viimati kirjeldatud konseptsioonid on üksteisest strateegiliselt erinevad, ei saa me siiski väita, et üks välistab teist. Näiteks ei saa me väita, et kiirelt rahvusvahelise tegevusega alustanud ettevõtte ei jätkaks rahvusvahelistumise protsessi etapiliselt kogemuste juurde saades alustades tunnetuslikult ning füüsiliselt lähedastest maadest.

Rahvusvahelist äri on peetud kaua suurte, ressursirikaste ettevõtete pärusmaaks. Areng informatsiooni ja sidevahendite tehnoloogiates, turgude globaliseerumine ja paljude teiste trendide koosmõju on taganud taustsüsteemi, kus rahvusvahelistel turgudel saavad järjest enam aktiivselt konkureerida ka väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted. Uuringutest joonistub välja, et ei saa ümber lükata fakti, mida on ka tõestanud mitmed empiirilised uuringud, et eksisteerib positiivne korrelatsioon ettevõtte suuruse ning ekspordivõimekuse vahel, küll aga saab väita, et selline seos ei pruugi paika pidada alati. On tõepoolest järjest enam väikeseid ettevõtteid, kes konkureerivad globaalselt suuremate multinatsioonaalidega. Kui paljud uuringud on leidnud ka piiratud seost, isegi vastassuunalist korrelatsiooni ettevõtte suuruse ja rahvusvahelistumise taseme vahel, ei kaalu see üles mitmeid teisi sarnaseid uuringuid lisaks statistikale, mis tõendavad, et suurematel ettevõtetel on rohkem rahvusvahelist kompetentsi.

Uue ettevõtte välisturule sisenemise võimekuse määrab ära materiaalsed ja immateriaalsed varade hulk. Töö autor on seisukohal, et väikeste ettevõtete puhul, kelle materiaalsed varad on piiratud, on rahvusvahelise konkurentsivõime taga unikaalsed immateriaalsed varad ning teised oskused, mis saavad ressursipiiratud kompensoida. Väikeste kõrgtehnoloogiliste firmade konkurentsieelise taga peetakse seisvat uute innovatsioonide arendamise ja realiseerimise võimet, väga kitsaste ja kaitstud niššide ülesleidmis- ning kiiret kohanemisvõimet. Tavaliselt uutele firmadele omane väiksus ja noorus võib tagada ettevõtte paindlikkuse ja kiiruse, mis tagab väga olulise eelise välisturgudel edu saavutamiseks.

Kui rahvusvahelistumist on hakatud viimastel kümnendikel enam käsitlema ka VKE-de kui koondvalimi põhjal, on leida väga piiratud hulgal eraldi väike-, veel vähem mikroettevõtete rahvusvahelistumist käsitlevaid uuringuid. Käesolev magistr töö on selle tühimiku parandamiseks, käsitledes paljusid väike- ning peaaegu kõiki rahvusvahelistunud mikroettevõtete põhjal tehtud seniseid empiirilisi uurimusi ning andes omapoolse tähelepanuväärse panuse täiendamaks seniseid tulemusi regionaalses kontekstis Eesti mikro- ja väikeettevõtete võrdluses.

Fillis on üks vähestest autoritest, kes on uurinud rahvusvahelistumist tööstusharu kontekstis, uurides käsitööga tegelevaid mikroettevõtteid jaotades need ettevõtja suhtumise järgi. Rahvusvahelistuva mikroettevõtte juht peab tahtma ettevõtet laiendada, olema pigem proaktiivse suhtumisega, julgema võtta riske, arvestama turuvajadustega, suhtlema turuga tootes toodet turule, mitte lihtsalt iseendale või „kunstile“ ning mõistma võrgustiksuhte olulisust. Hermel ja Khayat uurisid Prantsusmaa mikroettevõtteid ning sõnastasid kiire rahvusvahelistumise kandva jõuna juhtimise võimekuse, innovatsiooni ja äri võrgustiku. Mõlemad käsitlused on individipõhised, kuna mikroettevõtte tasandil on väga oluline süveneda just asutaja ja/või ettevõtja omadustesse. Töö autor on sarnasel seisukohal, et mikroettevõtte juht peab olema loov, väga heade suheteloomisioskusega, kiire reageerimisega väliskeskkonnale ning paindlik. On mitmeid eeliseid nagu näiteks kompaktsus, kiirem reageerimivõime, paindlikkus, niššile orienteeritus, efektiivsus jt., mida

omistatakse väiksematele ettevõtetele, võides tagada mikroettevõttele piiratud materiaaletest ressurssidest hoolimata rahvusvahelise konkurentsieelise.

Töö eesmärk leida erinevused ja/või sarnasused Eesti mikro- ja väikeettevõtete vahel erinevate rahvusvahelistumise aspektide lõikes, sai töö autori arvates igati õigustatud, kuna lisaks huvitavatele tulemustele saab tänu suurele vastanute hulgale teha ka tasakaalukaid üldistusi üldvalimi kohta. Töös esitatud hüpoteesid, mis põhinesid rahvusvahelistumise kontseptsioonide lähtuvdimensioonidest nagu rahvusvahelistumise kiirus, füüsiline distants ning turgude arv, aitasid jõuda tulemusteni mõistmaks paremini Eesti mikro- ja väikeettevõtete rahvusvahelistumise struktuuri ning globaalset haaret. Erinevate rahvusvahelistumise aspektide võrdlused mikro- ja väikeettevõtete vahel, mis näitasid mitmeid statistiliselt olulisi erinevusi, andsid põhjust järeldada, et käesolev temaatika vajab ettevõtte suuruse gruppides segmenteeritumat uurimist.

Uuringutulemused näitasid, et mikroettevõtete seas on võrreldes väikeettevõtetega märgatavalt enam ettevõtteid, kes alustasid rahvusvahelise tegevusega 0–3 aastat peale asutamist. Väikeettevõtete seas see-eest on protsentuaalselt enam 7–10 ja 11 ja rohkem aastat peale asutamist rahvusvahelise tegevusega alustanud. Statistiliselt olulise erinevuse taustal saab väita, et mikroettevõtted rahvusvahelistuvad kiiremini kui väikeettevõtted ning seega tuleb ümber lükata püstitatud esimene hüpotees, mis eeldas, et mikroettevõtted rahvusvahelistuvad aeglasemalt kui väikeettevõtted. Töö autor järeldab siinkohal, et kiirem rahvusvahelistumine võib olla põhjustatud lisaks üldisele globaliseeruvale turu trendile, et ettevõtted asutataksegi kohe rahvusvahelistena, mikroettevõtete suuremast julgusest, riskialtsusest, reaktiivsusest ning otsustajate ning vastutavate isikute vähesusest, mis võimaldab kiiret otsustamist ja tegutsemist. Võimalik, et tulemus on tõlgendatav ka rahvusvaheliste kogemuste puudumisega, mistõttu ei osata kõikide riskidega arvestada. Võib oletada, et väikeettevõtted on rohkem kaalukamad, rahvusvahelistuvad rohkem Uppsala-mudeli kohaselt, alustades tegevusega koduturul, kus olles saavutanud kindla ja rahuldava positsiooni, plaanitakse tegevuste laienemist välisturul.

Teise hüpoteesi puhul, kus eeldatakse, et mikroettevõtted tegutsevad väiksemal arvul turgudel kui väikeettevõtted, olid pealtnäha märkimisväärsed erinevused väikeettevõtete tegutsemises rohkematel turgudel. Mikroettevõtete hulgas oli enim 1-2 (44% *versus* 22%) ning väikeettevõtete hulgas 5 ja enamal turul tegutsenuid (42% *versus* 26%), tuli jääda käesoleval juhul statistiliselt olulist erinevust mitte tuvastades nullhüpoteesi juurde, et mikro- ja väikeettevõtete vahel ei ole erinevust selles, mitmes välisriigis kokku tegutsetakse.

Kolmanda hüpoteesina esitatud eeldus tõendas olla vastupidine ehk mikroettevõtete seas oli enam neid, kes eelistavad võrreldes väikeettevõtetega rohkem ka kaugemaid turge. Sarnaselt hüpoteesi üks tulemuse analüüsile võib ka siinkohal järeldada, et mikroettevõtted on enam riskialtimad ning näevad võrreldes väikeettevõtetega turgu enim globaalsena. Põhiline autori seisukoht siinkohal on, et järelikult on mikroettevõtete hulgas enim ka GSE-sid, kelle juhte iseloomustab globaalne visioon, proaktiivsus, ettevõtlikkus ning proaktiivsus. Kuna uuringud on tõestanud, et GSE-d moodustuvad enim IT ettevõtetest, võib oletada, et Eestis langeb selline grupp ettevõtteid just mikroettevõtete hulka. Seda kontrolliti ka statistika järgi, mis tõestas, et eksportivaid infotehnoloogia ettevõtteid on kõikidest eksportivatest ettevõtetest tõepoolest enim mikroettevõtete hulgas, kuid protsentuaalne suurusgrupi sisemine jaotus on siiski veidi suurem väikeettevõtete puhul ning seega saab ainult oletada, et lihtsalt käesolevasse valimisse võib olla sattunud suurem hulk mikroettevõtetest IT ettevõtteid.

Neljanda hüpoteesi kontrollimine kinnitas, et pikema rahvusvahelise tegevusega ettevõtted tegutsevad rohkematel turgudel leides kooskõla astmelise rahvusvahelistumise konseptsiooniga, et ajaga toimub kogemuste akumulatsioon ning rahvusvaheline laienemine, turgude ekspansioon. Siit lähtuvalt pakkus autorile huvi ka rahvusvaheliselt tegutsetud aja ning geograafilise ulatuse seos, jaotades turud gruppideks: ainult lähiturud; ainult kaugturud; lähi-ja kaugturud. Siinkohal leidis jällegi kinnitust positiivne statistiliselt oluline seos. Veel uuriti seost rahvusvahelistumise kiiruse ja geograafilise ulatuse vahel, kus selgus väga huvipakkuv nähtus, et kõige kiiremini rahvusvahelistujate hulgas oli kõige vähem ainult lähiturudel tegutsejaid (37%), võrreldes kõige aeglasemalt

rahvusvahelistujatega. Viimane näitab selget trendi, et on tekkimas juurde väga suur hulk väikeseid ettevõtteid, kes rahvusvahelistuvad kohe peale asutamist ning ka kaugematele turgudele ehk võib tegu olla globaalsena sündinud ettevõtetega.

Välistegevuse meetodeid võrreldes suuri erinevusi ei täheldatud: ligi pooled ettevõtted kõikides suuruse gruppides kasutasid omaeksporti, 23% ettevõtetest välismaist vahendajat (otsene eksport) ning 15%–1 toimus rahvusvahelistumine läbi allhanke. Ainukene erinevus oli kaudse ekspordi ehk kodumaise vahendaja suurem kasutus mikroettevõtete puhul (vastavalt 11% ja 6%).

Uurides rahvusvahelistumise põhjuste kohta, mille suhtes selgeid erinevusi mikro- ja väikeettevõtete vahel ei tuvastatud, selgus, et kõige olulisemate põhjustena nimetati laienemist ning sellega seotud olevat suuremat tarbijaskonda, paremaid kasumivõimalusi, paremat müügihinda jne. See on ka igati loogiline tulemus, kuna Eesti puhul on tegemist äärmiselt väikese siseturuga. Ka Euroopa liidu uuring (2010) ning samuti McNaughtoni mikroettevõtte põhjal tehtud empiiriline uuring leidsid selge vastassuunalise korrelatsiooni koduturu suuruse ja eksportivate ettevõtete hulga vahel. Mitmeid autorid on väitnud, et väikeste koduturgudega ettevõtted peavad laienemiseks rahvusvahelistuma. Oluliste põhjustena nimetati järgmisena juhuslikke tellimusi ning olemasolevat välismaist klienti, mistõttu võib eeldada, et rahvusvahelistumine on alanud suhteliselt mitte-planeeritult, olles reaktiivne väliskeskkonnale. Eelpool nimetatud aspektiga oli võrdselt oluline ka ellujäämine, mis on suhteliselt abstraktne mõiste ning ettevõtete poolt mitmeti tõlgendatav, kuid näitab selgelt, et väike siseturg ei pruugi olla rahuldavaks platooks ettevõtte jätkusuutlikuks arenguks.

Uuriti ka rahvusvahelistumisele eelnenud tegevuste kohta. Kõige enam kasutatavamateks meetoditeks olid eelkohtumised, internetist kontaktide otsimine, turuanalüüs ning messikülastused. Statistiline oluline erinevus tuvastati messikülastuste ning EAS-iga koostöö osas, mida kasutasid rohkem väikeettevõtted.

Kõige tähtsamad aspektid, mis väga oluliselt või pigem oluliselt mängisid enne rahvusvahelistumist rolli, olid eelnev rahvusvaheline töökogemus (53%) ning

äriõrgustikud sihtriigis (48%). Ekspordikogemus ning vastav haridus olid normaaljaotusega, olles peaaegu sama suurele hulgale pigem olulised kui teisele hulgale pigem mitteolulised. Kuigi statistiliselt olulisi erinevusi ei tuvastatud, oli kontingentsustabelist näha, et mikroettevõtted omistasid kõikidele eelteadmiste ja kogemuste aspektidele märksa kõrgemad hinnangud.

Uurides rahvusvahelistumisel peamiste takistuste kohta selgus, et kõige olulisem takistus oli uute partnerite leidmine. Sellega nõustub ka töö autor, kes tihedalt mikroettevõtte ekspordi arendusega tegev olles, on märganud eelnimetatud tegevuses olulisi takistusi. Olulisuse poolest oli järgmine finantvahendite piiratus ning peaaegu võrdselt olulised takistused hea ekspordi müügijuhi leidmise probleemid, teadmiste ja kogemuste piiratus ning tootmismahu väiksus. Suuri erinevusi mikro- ja väikeettevõtte vahel näha ei olnud. Ainukeseks märkuseks võiks tuua hea ekspordimüügijuhi leidmise probleemi täheldamine 65% väikeettevõtete poolt 42% mikroettevõtte vastu. Töö autor arvab, et mikroettevõtte finantsressursid on piiratumad ning seetõttu püütakse hakkama saada olemasoleva personaliga.

Vaadeldes ning võrreldes mikro- ja väikeettevõtete rahvusvahelistumise mustreid üldlevinud rahvusvahelistumise kontseptsioonide põhjal: astmeline *versus* mitte-astmeline lähenemine, võttes aluseks Kuivalainen, Sundqvist, Saarenketo (2012) mudeli, kus on rahvusvahelistumise mustrid eristatavad rahvusvahelistumise aja ehk kiiruse, taseme (*scale*) ja ulatuse (*scope*) dimensioonide kaudu, sai täheldada, et mikroettevõtete hulgas on enim kiireid ehk kuni kolme aastaga rahvusvahelistujaid (vastavalt 83% mikroettevõtetest ja 68% väikeettevõtetest). Viimast väljaöeldut toetab ka käesolevas töös esitatud esimese hüpoteesi ümberlükkamine statistiliselt olulise erinevuse näol ning mille tulemusel saab väita, et mikroettevõtted on kiiremad rahvusvahelistujad kui väikeettevõtted. Kokkuvõtvalt saab öelda, et väikeettevõtete hulgas on enam astmeliselt rahvusvahelistujaid (20% 10% vastu), sellega seotult ka globaalsena taassündinud ettevõtteid (11% 3% vastu). Viimased on ettevõtted, kes on teatud aja tegutsenud koduturul ning seejärel alustanud rahvusvahelist tegevust ulatuslikult rohkemas kui viies riigis ekspordikäibega üle 30%-i. Kõige suurem

osa ettevõteteid mõlemates suuruse gruppides langes kiirete alla kolme aastaga rahvusvahelistujate hulka, kes tegutsesid regionaalselt vähem kui viies sihtriigis.

Käesoleva magistritöö tulemuste näol on leidnud tõestust, et rahvusvahelistumise temaatika nõuab segmenteeritumat uurimist, kuna ka mikro- ja väikeettevõtete vahel võib leida statistiliselt olulisi erinevusi. Kokkuvõtlikult ning töö autori arvates olulisemateks erinevusteks olid mikroettevõtete kiirem rahvusvahelistumine, ka kaugemate turgude eelistamine, mis näitab, et mikroettevõtted on riskialtimad, proaktiivsemad, nähes turgu globaalsemana.

Siinkirjutaja üks ettepanekutest oleks kindlasti edasi minna pilootuuringusse käesolevast uuringust välja tulnud kõige globaalsema haardega ettevõtetega ning ettevõtetega, kes küll tegutsevad paljudel turgudel, kuid regionaalselt. Juhtumianalüüsi meetodiga võiks uurida strateegiate, väljakutsete, lahenduste kohta. Huvitav oleks põhjalikumalt uurida, millised on olnud „kriitilised insidendid“, mis on põhjustanud laienemist või turgudelt taandumisi ning millised otsused on nende taga. Uurida võiks strateegiliste otsuste taga olevat juhtide tasandit, erinevaid juhtide kognitiivseid omadusi, suhtumisi, vaateid. Huvipakkuv oleks teada saada GSE-de asutajate ja juhtide tausta ja kogemuste kohta, saada aru nende rahvusvahelistumise põhjustest ja strateegiatest. Töö autor näeb väga olulisena süveneda just selliste ettevõtete sisemistesse faktoritesse.

Võimalusi samade tulemuste põhjal lisauuringuteks on veel mitmeid. Üheks võimaluseks on antud uuringutulemusi suuruse gruppides uurida veelgi sügavamalt: 1–4; 5–9; 10–20; 21–49 töötajat, kuna selliselt on grupeerinud valimi ka küsimustik.

Kuna eksportijate pikaajalised uuringud on väga haruldased, peaks tuleviku uuringud rahvusvahelistumise dünaamika tabamiseks rahvusvahelistumise mustride puhul enam fokusseeruma aja dimensioonile, viies läbi pikaajalisi uuringuid. Siinkirjutaja nõustub eelpoolduga ning lisab, et sellised uuringud on väga vajalikud, kuna rahvusvahelistumise mõistmiseks ei saa vaadelda seda staatiliselt, vaid pigem dünaamiliselt, selle arengut jälgides.

Ettevõtjana soovitab töö autor avalikule sektorile pöörata rohkem tähelepanu konkreetse ettevõtte tervikprofiilile, mille moodustab lisaks rahvusvaheliselt konkurentsivõimelisele tootele ka omanike ja juhtkonna rahvusvaheline profiil. Viimane koosneb maailmavaatest, orientatsioonist, kogemustest jpm. aspektidest. Väga oluline on siiski aru saada, kas ettevõtte tervikuna on ekspordiks jätkusuutlik või mitte. Mõne ettevõtte profiil võib olla sobilik tegutsema ainult koduturul. Töö autori arvamus on, et panustada ei tuleks ettevõtte ekspordi toetamisele, kui tegemist on lihtsalt „katsetusega“. Arvestada tuleks väga paljude aspektidega, kuna eksportiva ettevõtte taga peab olema konkreetne plaan, tahe, orientatsioon, eelnevad kogemused, teadmised jpm., mis kõik kokku moodustab konkreetse ettevõtte ekspordivõimekuse või –potentsiaali, mida tuleks enne põhjalikult hinnata. Panustada tuleks just kõrgema ekspordipotentsiaaliga ettevõtete ekspordiarengusse.

Tulemustest selgus, et number üks rahvusvahelistumise takistus oli väikestele ettevõtetele uute partnerite leidmine. Kõige suurem osa vastanutest (57%) märkis, et see on pigem oluline ja väga oluline takistus. Sellega nõustub ka töö autor, kes tihedalt mikroettevõtte ekspordi arendusega tegev olles, on märganud eelnimetatud tegevuses olulisi takistusi, kuna sellealaseid abiorganisatsioone on küll silmaga nähes juurde tekkimas, kuid kogemused näitavad, et tulemused on kasinad. Kindlasti peaks valitsus sellele probleemile tähelepanu pöörama ning see oleks koht, millesse oleks vajalik investeerida, et kaasa aidata mikro- ja väikeettevõtete ekspordi arendamisele. Siinkirjutaja seisukoht on, et sellised katusorganisatsioonid, kes tõepoolest tegeleks kontaktide otsimise ning vahendamisega, oleksid hädavajalikud.

Samuti leiab töö autor, et väikeettevõtete rahvusvahelistumise uuringutel on väga oluline aspekt pöörata tähelepanu just ettevõtte tegevusvaldkonnale, kuna teaduspõhistel ning infotehnoloogiaettevõtetel on traditsionaalsetest ettevõtetest erinevad võimalused rahvusvahelistumiseks ning laiema globaalse haarde saavutamiseks. Kuna töö autor leiab, et tööstusharu lõikes võivad ettevõtete rahvusvahelistumise mustrid erineda, peaksid uuringud ka sellest karakteristikust lähtuma. Näiteks on mitte-infotehnoloogilise toote tootmise puhul väga oluline toote eripära, väärtuslikkus, selle suurus ja kaal ning sellest



lähtuvalt transpordikulud, mis hoolimata väikeettevõtte juhtkonna rahvusvahelisest orientatsioonist jne. võivad takistada globaalset laienemist.

Mikroettevõtete rahvusvahelistumise põhjal tehtud uuringute hulk on väga piiratud ning seetõttu tasuks kindlasti sellesse teemasse pühenduda, kuna just mikroettevõtted moodustavad enamuse osa kõikidest ettevõtetest ning on oluline mõista nende rolli ja tegevust rahvusvahelisel areenil. Kindlasti tuleks uurida mikro- ja väikeettevõtteid VKE-de grupist eraldiseisvatena, kuna on väga suur erinevus kas tegu on paari- või 249 töötajaga ettevõttega. Rahvusvahelistumise temaatika vajab segmenteeritumat uurimist ning mitte ainult suuruse lõikes, vaid ka tegevusharu ja muude aspektide lõikes, nagu regiooniline kontekst, sise- või välisosalus jne. Panustada tuleks mahukamatesse uuringutesse, mis juhtumisanalüüside abil aitaks selgitada väikefirmade rahvusvahelistumise väljakutseid nii heade kui halbade kogemuste taustal, et ka teised ettevõtted saaksid sellest õppida ning omapoolseid järeldusi teha.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Acs, Z. J., Morck, R., Shaver, J. M., Yeung, B.** The internationalization of small and medium-sized enterprises: a policy perspective – *Small Business Economics*, 1997, Vol. 9, No. 1, pp. 7–20.
2. **Andersson, S., Gabrielsson, J., Wictor, I.** International Activities in Small Firms: Examining The Factors Influencing the Internalization and Export Growth of Small Firms – *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 2004, No. 21. pp. 22-34.
3. **Andresen, O.** On the Internalization Process of the Firm: A Critical Analysis – *Journal of International Business Studies*, 1993, Vol. 24, No. 2 pp. 209–231.
4. **Archarungroj P., Hoshino, Y.** The impact of firm size on export performance and attitudes: an empirical study on Thailand Exporters – *Japanese Journal of Administrative Science*, 1998, Vol. 12, No. 2, pp. 79–88.
5. **Autio, E., Sapienza, H., Almeida, J. G.** Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth – *Academy of Management Journal*, 2000, Vol.43, No. 5, pp. 909-24.
6. **Balcome, D.L.** Choosing their own paths: profiles of the export strategies of Canadian manufacturers: a profile by firm size – *International Business Research Centre Report 06–86*, Ottawa, 1984: Conference Board of Canada. Viidatud McNaughton, R.B. The number of export markets that a firm serves: process models versus the born–global phenomenon – *Journal of International Entrepreneurship*, 2003, No.1, pp. 297–311 vahendusel.
7. **Barney, J.** Firm resources and sustained competitive advantage – *Journal of Management*, 1991, Vol. 17, pp. 99–120.

8. **Beamish, P. W., Goerzen, A., Munro, H.** The export characteristics of Canadian manufacturers: a profile by firm size – Working Paper No. 824. Waterloo, ON: School of Business and Economics, Wilfrid Laurier University, 1984. Viidatud McNaughton, R.B. The number of export markets that a firm serves: process models versus the born–global phenomenon – *Journal of International Entrepreneurship*, 2003, No.1, pp. 297–311 vahendusel.
9. **Bell, J., Crick, D., Young, S.** Small firm internationalization and business strategy: an exploratory study of 'knowledge-intensive' and 'traditional' manufacturing firms in the UK – *International Small Business Journal*, 2004, Vol. 22, No. 1, pp. 23–56.
10. **Bell, J., McNaughton, R., Young, S.** Born-again global firms: an extension to the born global phenomena – *Journal of International Management*, 2001, Vol 7, pp. 173–189.
11. **Benito, G., Petersen, B., Welch, L.S.** Toward more realistic conceptualisations of foreign operation modes – *Journal of International Business Studies*, 2009, Vol. 40, No. 9, pp. 1455–1470.
12. **Bhardway, V., Eickman, M., Runyan, R.C.** A case study in the internationalisation process of a 'born global' fashion retailer – *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 2011, Vol. 21, No. 3, pp. 293–307.
13. **Bilkey, W.J.** An attempted integration of the literature on the export behavior of firms – *Journal of International Business Studies*, 1978, Vol. 9, No. 1, pp. 33–46.
14. **Bilkey, W.J., Tesar, G.** The export behaviour of smaller – sized Wisconsin manufacturing firms – *Journal of International Business Studies*, 1977, Vol. 8, No. 1, pp. 93–98.
15. **Bonaccorsi, A.** On the relationship between firm size and export intensity – *Journal of International Business Studies*, 1992, Vol. 23, No. 4, pp. 605–636.
16. **Brouthers, L. E., Nakos, G., Hadjimarcou J., Brouthers K.D.** Key factors for successful export performance for small firms – *Journal of International Marketing*, 2009, Vol. 17, No. 3, pp. 21–38.
17. **Cavusgil, S.T., Knight, G.** Born Global Firms – A New International Enterprise – Business Expert Press, 2009.

18. **Calof, J.L.** The relationship between firm size and export behaviour revisited – Journal of International Business Studies, 1994, pp. 367–387.
19. **Calof, J.L., Beamish, P.W.** Adapting to foreign markets: explaining internationalisation – International Business Review, 1995, Vol. 4, No. 2, pp. 115–131.
20. **Cavusgil, S. T.** On the internationalization process of firms – European Research, 1980, Vol. 8, No. 6, pp. 273–281.
21. **Cavusgil, S.T.** Differences among exporting firms based on their degree of internationalization – Journal of Business Research, 1984, Vol. 12, pp. 195–208.
22. **Chetty, S., Campbell–Hunt, C.** Explosive international growth and problems of success amongst small to medium-sized firms – International Small Business Journal, 2003, Vol 21, No. 1, pp. 5–27.
23. **Chetty, S., Campbell–Hunt, C.** A strategic approach to internationalization: a traditional versus a “born-global” approach – Journal of International Marketing, 2004, Vol. 12, No. 1, pp. 57–81.
24. **Crick, D.** The internationalisation of born global and international new venture SMEs – International Marketing Review, 2009, Vol. 26, No. 4/5, pp.453 – 476.
25. **Eesti Kaubandus- ja Tööstuskoda.** Eesti ettevõtete ekspordiprobleemide uuring, 2010.  
[[http://www.koda.ee/public/Failid/Ekspordiuuring/Eesti\\_ettevotete\\_ekspordiprobleemi\\_de\\_uuringu\\_uldosa.pdf](http://www.koda.ee/public/Failid/Ekspordiuuring/Eesti_ettevotete_ekspordiprobleemi_de_uuringu_uldosa.pdf)] 22.02.2013
26. **Eesti Pank.** [[http://statistika.eestipank.ee/?lng=et#listMenu/1232/treeMenu/MAKSEBIL\\_JA\\_INVPOS/145/436](http://statistika.eestipank.ee/?lng=et#listMenu/1232/treeMenu/MAKSEBIL_JA_INVPOS/145/436)] 20.04.2013
27. **Eurostat.** [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>] 5.05.2013
28. **Fillis, I.** Small firm internationalisation: and investigative survey and future research directions – Management Decision, 2001, Vol. 39, No. 9, pp. 767–783.
29. **Fillis, I., McAuley, A.** Modelling and measuring creativity at the interface – Journal of Marketing Theory and Practice, 2000, Vol. 8, No. 2, pp. 8–17.
30. **Fillis, I., Kittler, M., Rygl, D.** Call for Papers for a Special Issue: Researching SME and microenterprise internationalization: advances and future perspectives – Journal of

- Research in Marketing and Entrepreneurship, 2013.  
[[http://www.emeraldinsight.com/products/journals/call\\_for\\_papers.htm?id=4425](http://www.emeraldinsight.com/products/journals/call_for_papers.htm?id=4425)]  
28.04.2013
31. **Freeman, S., Cavusgil, S. T.** Towards a Typology of Commitment States Among Managers of Born Global Firms: A Study of Accelerated Internalization – Journal of International Marketing, 2007, Vol 15, No 4, pp. 1–40.
  32. **Hermel, P., Khayat, I.** The role of resources: micro–firms internationalization in the French context – Journal of Small Business and Enterprise Development, 2011, Vol. 18, No. 2, pp. 298–310.
  33. Internationalisation of European SMEs – EIM Business and Policy Research. **European Union.** 2010 [[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/files/internationalisation\\_of\\_european\\_smes\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/files/internationalisation_of_european_smes_final_en.pdf)] 11.11.12
  34. **Johanson, J., Vahlne, J. E.** The internationalisation process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments – Journal of International Business Studies, 1977, Vol. 8, No.1, pp. 23–32.
  35. **Johanson, J., Vahlne, J.–E.** The mechanism of internationalization – International Journal of General Management, 1988, Vol.14, No. 2, pp. 34–55.
  36. **Johanson, J., Vahlne, J.–E.** The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership – Journal of International Business Studies, 2009, Vol.40, No. 9, pp. 1411–1431.
  37. **Johanson, J., Wiedersheim–Paul, F.** The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases – Journal of Management Studies, 1975, Vol.12, No. 3, pp. 305–322.
  38. **Jolly, V. K., Alahuhta, M. and Jeannet, J.–P.** Challenging the incumbents: how high technology start–ups compete globally – Journal of Strategic Change, 1992, Vol. 1, pp. 71–82.
  39. **Jones, M. J.** Internationalization of small high–technology firms – Journal of International Marketing, 1999, Vol. 7, No. 4, pp. 15–41.
  40. **Jones, M.** First steps in internationalization. Concepts and evidence from a sample of small high–technology firms – Journal of International Management, 2001, Vol. 7, pp. 191–210.

41. **Kalinic, I., Forza, C.** Rapid internationalization of traditional SMEs: between gradualist models and born globals – *International Business Review*, 2012, Vol.21, pp. 694–707.
42. **Kamakura, W. A., Ramón-Jerónimo, M. A., Vecino Gravel, J. D.** A dynamic perspective to the internationalization of small-medium enterprises – *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2011, Vol. 40, No.2, pp. 236-251.
43. **Kandasaami, S.** Internationalisation of small–and medium–sized born–global firms: A conceptual model. Graduate School of Management, University of Western Australia]
- Kuivalainen et al.**, 2012 vahendusel.
44. **Knight, G. A., Cavusgil S.T.** The Born Global firm: A challenge to traditional internationalization theory – *Advances in International Marketing*, 1996, Vol. 10, pp. 247–265.
45. **Knight, G. A., Cavusgil, S. T.** Innovation, organizational capabilities, and the born–global firm – *Journal of International Business Studies*, 2004, Vol. 35, No. 2, pp. 124–141.
46. **Knight, G. A.** Entrepreneurship and strategy in the international SME – *Journal of International Management*, 2001, Vol. 7, pp. 155–171.
47. **Kuivalainen, O., Saarenketo, S., Puumalainen, K.** Start–up patterns of internationalization: a framework and its application in the context of knowledge–intensive SMEs – *European Management Journal*, 2012, Vol. 30, pp. 372–385.
48. **Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., McNaughton, R.** Internationalization patterns of small and medium–sized enterprises – *International Marketing Review*, 2012, Vol. 29, No. 5, pp. 448–465.
49. **Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Servais, P.** Firms’ degree of born–globalness, international entrepreneurial orientation and export performance – *Journal of World Business*, 2007, Vol. 42, pp. 253–267.
50. **Li, L., Qian, G., Qian, Z.** Early internationalization and performance of small high–tech “born–globals” – *International Marketing Review*, 2012, Vol. 29, No. 5, pp. 536–561.

51. **Luostarinen, R.** Internationalization of the Firm – An Empirical study of the Internationalization of Firms with Small and Open Domestic Markets with Special Emphasis on Lateral Rigidity as a Behavioral Characteristic in Strategic Decision Making – Helsinki 1989, Helsinki School of Economics.
52. **Luostarinen, R., Gabrielsson, M.** Globalization and Marketing Strategies of Born Globals in SMOPECs – Thunderbird International Business Review, 2006, Vol. 48 No. 6, pp. 773–801.
53. **Madsen, T. K. , Servais, P.** The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process? – International Business Review, 1997, Vol. 6, pp. 561–583.
54. **McDougall, P.P., Robinson Jr., Richard, B.** New venture strategies: and empirical identification of eight `archetypes` of competitive strategies for entry – Strategic Management Journal, 1990, Vol. 11, No. 6, pp. 447–467.
55. **McDougall, P.P., Shane, S., Oviatt, B.M.** Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research – Journal of Business Venturing, 1994, Vol. 9, No. 6, pp. 469–487.
56. **McDougall, P.P., Oviatt, B.M.** Toward a theory of international new ventures – Journal of International Business Studies, 1994, Vol. 25, No.1, pp. 45–64.
57. **McKinsey and Co.** Emerging Exporters. Australian Manufacturing Council, Melbourne, 1993.
58. **McNaughton, R.B.** The number of export markets that a firm serves: process models versus the born–global phenomenon – Journal of International Entrepreneurship, 2003, No.1, pp. 297–311.
59. **Moen, Ø.** The relationship between firm size, competitive advantages and export performance revisited – International Small Business Journal, 1999, Vol. 18, pp. 53–72.
60. **Moen, Ø.** The Born Globals: A new generation of small European exporters – International Marketing Review, 2002, Vol 19, No. 2, pp. 156–175.
61. **Moini, H., Kalouda, F., Tesar, G.** Foreign market entry – Journal of East–West Business, 2008, Vol. 14, No. 1, pp. 41–64.
62. **Murray, M.** Answers to small business questions on international opportunities – Journal of Accountancy, 1993, Vol. 176, No. 2, pp. 52–53.

63. **Nummela, N., Saarenketo, S., Puumalainen, K.** Global mindset – a prerequisite for successful internationalization? – Canadian Journal of Administrative Sciences, 2004, Vol. 21, No.1, pp. 51–64.
64. **Penrose, E.** The Theory of the Growth of the Firm. Oxford, 1966. Viidatud Johanson, J., Vahlne, J.–E. The internationalization Process of the Firm– a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments – Journal of International Business Studies, 1977, Vol.8, No. 1, pp. 23–32 vahendusel.
65. **Pettersen, I. B., Tobiassen A. E.** Are born globals really born globals? The case of academic spin-offs with long development periods – Journal of International Entrepreneurship, 2012, Vol. 10, pp. 117–141.
66. **Porter, M. E.** Competitive advantage. Creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press, 1998.
67. **Portes, A., Sensenbrenner, J.** Embeddedness and immigration: notes on the social determinants of economic action – American Journal of Sociology, 1993, Vol. 98, No. 6, pp. 1320–1350.
68. **Prashantham, S.** Social capital and Indian micromultinationals – British Journal of Management, 2011, Vol. 22, pp. 4–20.
69. **Reuber, A.R., Fischer, E.** The influence of the management team's international experience on the internationalization behavior of SMEs – Journal of International Business Studies, 1997, Vol. 28, No. 4, pp. 807–825.
70. **Rialp, A., Rialp, J., Knight, G.A.** The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry? – International Business Review, 2005, Vol. 14, pp. 147–166.
71. **Roolaht, T.** The company's involvement in international networks as an entrepreneurial decision – Baltic Journal of Management, 2006, Vol. 1 No. 1, pp. 102–115.
72. **Rowden, R. W.** Research note: how a small business enters the international market – International Business Review, 2001, Vol. 43, No. 2, pp. 257–268.
73. Small and medium-sized enterprises (SMEs). Fact and figures about the EU's Small and Medium Enterprise (SME). **European Commission.** 2013



[[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index_en.htm)]

03.03.2013

74. Statistikaameti andmebaasid [[www.stat.ee](http://www.stat.ee)] 01.05.2013

75. Summaries of EU legislation. European Union. 2013.  
[[http://europa.eu/legislation\\_summaries/enterprise/business\\_environment/n26026\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_en.htm)]  
01.02.2013

76. **Sui, S., Zhihao, Y., Baum, M.** Prevalence and longitudinal trends of early internationalisation patterns among Canadian SMEs – International Marketing Review; 2012, Vol. 29 No. 5, pp. 519–535.

77. **Sullivan, D.** Measuring the degree of internationalization of a firm – Journal of International Business Studies, 1994, Vol. 25, No. 2, pp. 325–342.

78. **Tooding, L.M.** Andmete analüüs ja tõlgendamine sotsiaalteadustes – Tartu Ülikooli kirjastus, 2007.

79. **Zahra S.A.** A Theory of International New Ventures: a Decade of Research – Journal of International Business Studies, 2005, Vol. 36, pp. 20–28.

80. **Zahra, S., Ireland, R., Hitt, M.A.** International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance – Academy of Management Journal, 2000, Vol. 43, No. 5, pp. 925–950.

81. **Zou, H., Liu, X., Ghauri, P.** Technology capability and the internationalization strategies of new ventures – Organizations and Markets in Emerging Economies, 2010, Vol. 1, No.1, pp. 100–119.

82. **Welch, C. L., Welch, L. S.** Re-internationalisation: exploration and conceptualization – International Business Review, 2009, Vol. 18, No. 6, pp. 567–577.

83. **Welch, L., Luostarinen, R.** Internationalization: Evolution of a concept – Journal of General Management, 1988, Vol. 14, No.2, pp. 34–55.

84. **Westhead, P., Wright, M., Ucbasaran, D.** International market selection strategies selected by `micro` and `small` firms – The International Journal of Management Science, 2002, No. 30, pp. 51–68.

85. **Westhead, P., Wright, M., Ucbasaran, D.** The internationalization of new and small firms: a resource-based view – *Journal of Business Venturing*, 2001, No. 16, pp. 333–358.
86. **Wiedersheim-Paul, F., Olson, H. C., Welch, L. S.** Pre-export activity: the first step in internationalization – *Journal of International Business Studies*, 1978, Vol. 9 , No.1, pp. 47–58.
87. **Wilkinson, I. F., Mattsson, L.-G., Easton, G.** International competitiveness and trade promotion policy from a network perspective – *Journal of World Business*, 2000, Vol. 35, No. 3, pp. 275–299.
88. **Vissak, T., Francioni, B., Musso, F.** MVM' s Nonlinear internationalization: A case study – *Journal of East-West Business*, 2012, Vol. 18:4, pp. 275–300.

## LISAD

### **Lisa 1. Küsimustik Eesti eksportivatele mikro– ja väikeettevõtetele (kaaskirjaga)**

(Autori koostatud MonkeySurvey keskkonnas)

Tere v.a. rahvusvaheliselt tegutsev Eesti väikeettevõtte juht!

Meeldiv ennast tutvustada, minu nimi on Kadiliina Kuusik, ka ise rahvusvaheliselt tegutsev mikroettevõtja ning ekspordijuht, samuti ühes Eesti mikroettevõttes.

Minu suureks kutsumuseks on rahvusvahelistumise temaatika, oma panuse aga sooviksin anda just piiratud ressurssidega Eesti väike– ja mikroettevõtete rahvusvahelistumise uurimisele. Siit ka minu pöördumine Teie poole, osalemaks selleteemalises uuringus, mida viin läbi Avatud Ülikooli majandusteaduskonna magistritöö raames.

Kuna küsimustikust osavõtt on mulle väga olulise tähtsusega, siis olen arvestanud ka tänapäeva väga kiire elutempoga ning seetõttu olen koostanud küsimustiku, mis ei röõvi aega: on lühike ja üheselt mõistetavate küsimustega ning mille vastamise ajakulu on maksimaalselt 10 minutit! Vastuseid ootan kahe nädala jooksul.

Olen Teie panuse eest rohkem kui tänulik! Kõigile soovijatele saadan uuringu lõppemisel juuni kuu jooksul 2013 ka küsimustiku põhjal valminud magistritöö.

Vastamine on täiesti konfidentsiaalne.

Siirad tänud koostöö eest!

Ilusat kevade ootamist!

Uuringule saate vastata siit: <https://www.surveymonkey.com/s.aspx>

Kui Te soovite mitte osaleda, vajutage siia: <https://www.surveymonkey.com/optout.aspx>

Soovi või küsimuste korral kindlasti kontakteeruge: +372 52 46 190

Lugupidamisega,

Kadiliina Kuusik

Lisa 1. järg

<p><b>1. Kui suur on töötajate arv Teie ettevõttes?</b></p> <p><input type="radio"/> 1-3</p> <p><input type="radio"/> 4-9</p> <p><input type="radio"/> 10-20</p> <p><input type="radio"/> 21-49</p> <p><b>2. Milline on Teie ettevõtte tegevus?</b></p> <p><input type="radio"/> tootmine</p> <p><input type="radio"/> teenus</p> <p><input type="radio"/> vahendus</p> <p><b>3. Palju moodustab käibest ekspordi osakaal?</b></p> <p><input type="radio"/> 10-15%</p> <p><input type="radio"/> 16-20%</p> <p><input type="radio"/> 21-30%</p> <p><input type="radio"/> 31-40%</p> <p><input type="radio"/> 41-50%</p> <p><input type="radio"/> 51-60%</p> <p><input type="radio"/> 61% ja rohkem</p> <p><b>4. Mitme aasta pärast peale ettevõtte asutamist alustati rahvusvahelise tegevusega?</b></p> <p><input type="radio"/> 0-3 aastat</p> <p><input type="radio"/> 4-6 aastat</p> <p><input type="radio"/> 7-10 aastat</p> <p><input type="radio"/> 11 aastat ja rohkem</p> <p><b>5. Mitu aastat rahvusvaheliselt tegutsetakse?</b></p> <p><input type="radio"/> 0-3 aastat</p> <p><input type="radio"/> 4-6 aastat</p> <p><input type="radio"/> 7-10 aastat</p> <p><input type="radio"/> 11-13 aastat</p> <p><input type="radio"/> 14 aastat ja rohkem</p> <p><b>6. Kas peate enda ettevõtte välisurgudele sisenemist pigem</b></p> <p><input type="radio"/> juhuslikuks?</p> <p><input type="radio"/> planeerituks?</p>
---

Lisa 1. järg

**7. Hinnake 8-palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1-ei olnud oluline; 8-ülioluline).**

laienemine (siseturul väliskus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tugev konkurents siseturul	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ellujäämiseks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
paremad kasumivõimalused (suurem tarbijaskond, parem müügihind vms.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
olemasoleva välismaise kliendi tõttu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kogemused sihtriigis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tellimus välismaalt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu põhjus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Milline muu põhjus?

**8. Kas sihtriigi valikul mängis olulist rolli muuhulgas ka geograafiline lähedus?**

- ☐ Jah, mängis olulist rolli.
- ☐ Ei mänginud olulist rolli.

**9. Kas sihtriigi valikul mängis olulist rolli muuhulgas ka kultuuriline lähedus?**

- ☐ Jah, mängis olulist rolli.
- ☐ Ei mänginud olulist rolli.

**10. Rahvusvahelistumine toimub läbi**

- ☐ ekspordi, kus ekspordi teostab ekspordiga tegelev enda ettevõtte inimene Eestis.
- ☐ ekspordi, läbi kodumaise vahendaja.
- ☐ ekspordi, kus sihtriigis on esindaja või vahendaja.
- ☐ litsentsimise või frantsiisi.
- ☐ ühisturunduse.
- ☐ alihanke.
- ☐ investeeringu.
- ☐ muu viisi. millise?

## Lisa 1. järg

### 11. Mitmes välisriigis kokku tegutsetakse?

- ☐ 1  
☐ 2  
☐ 3  
☐ 4  
☐ 5 ja rohkem

### 12. Mitmes välisriigis peamiselt tegutsetakse?

- ☐ 1  
☐ 2  
☐ 3  
☐ 4  
☐ 5 ja rohkem

### 13. Millistes piirkondades rahvusvaheliselt tegutsetakse?

- ☐ Põhjamaades  
☐ Lääne-Euroopas  
☐ Ida-Euroopas  
☐ Lõuna-Euroopas  
☐ Aasias  
☐ Ameerikas

muus piirkonnas, millises?

### 14. Kas laienetud on Euroopast välja?

- ☐ Ei.  
☐ Jah.

Kui jah, siis mitme aasta pärast peale asutamist?

## Lisa 1.järg

### 15. Milliste välisriikidega on tegu?

- ☐ Soome  
☐ Rootsi  
☐ Norra  
☐ Taani  
☐ Läti  
☐ Leedu  
☐ Venemaa  
☐ Valgevene  
☐ Ukraina  
☐ Inglismaa  
☐ Iirimaa  
☐ Saksamaa  
☐ Austria  
☐ Prantsusmaa  
☐ Hiina

muud riigid, millised?

### 16. Hinnake 1-8 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1-puudus; 8-olemas ning väga määrav).

ekspordikogemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vastav haridus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rahvusvaheline töötajaskond	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ärivõrgustikud sihtriigis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ekspordivõimaluste ja toetustekohane info tugiorganisatsioonidelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu teadmine või kogemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Milline muu teadmine või kogemus?

## Lisa 1. järg

**17. Kuidas hindate ajakulu turgude valikule ja väljavalitud sihturu turu-analüüsile?**

☐ üsna väheks  
☐ keskmiseks  
☐ piisavaks

**18. Hinnake 1-8 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1-ei kasutanud; 8-kasutasime palju).**

turgude valiku protsess	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sihturu-analüüs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eelkohtumised	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
koolitused	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
messid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
internetist kontaktide otsimine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
abiorganisatsioonidega koostöö (EAS, Kaubandus- ja Tööstuskoda jt.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu tegevus, milline?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Milline muu tegevus?

**19. Kas välisturule sisenemisel on kasutatud eksporditoetusi ?**

☐ Jah.  
☐ Ei ole.

**20. Kas omate informatsiooni ekspordialastest toetustest?**

☐ Jah, ma usun küll.  
☐ Pole kindel.  
☐ Ei ole.



Lisa 1. järg

**21. Hinnake 1-8 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1-mitte oluline takistus; 8-väga oluline takistus).**

finantsevahendite piiratus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
hea ekspordi müügijuhi leidmise probleemid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
teadmiste/kogemuste piiratus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tootmismahu väiksus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tarneaeg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
keelebarjäär	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kultuurilised erinevused	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uute partnerite leidmine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu takistus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Milline muu takistus?

**22. Kas Teie ettevõtte on mõnelt turult täielikult või osaliselt taandunud?**

☐ Jah.

☐ Ei.

**23. Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?**

☐ ühekordne tellimus

☐ kaugus

☐ väikesed tellimused

☐ tarneaeg

☐ Eestist tuli piisavalt tellimusi

☐ tihed konkurents

☐ välismaiste partneritega mitte sujuv koostöö

☐ kultuurilised barjäärid

Muu põhjus, milline?

**24. Kas hindate enda rahvusvahelist tegevust hetkel**

☐ suhteliselt korrapäraseks, planeeritud ja stabiilseks tegevuseks?

☐ suhteliselt korrapäraseks, juhuslikuks ja ebastabiilseks tegevuseks?

**Lisa 1.järg**

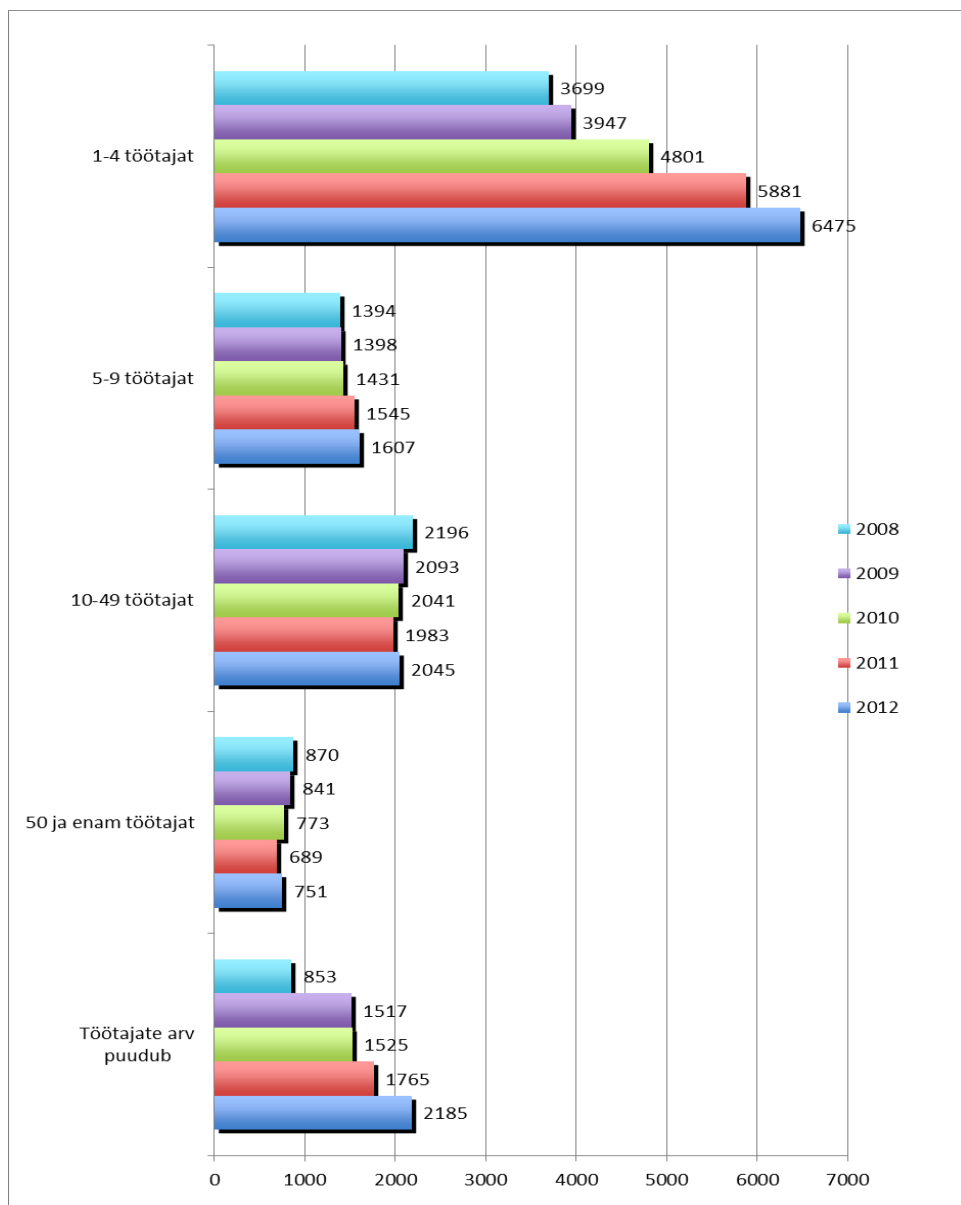
**25. Kuidas hindate enda ettevõtte rahvusvahelistumise perspektiive?**

☐ stabiileks

☐ tõusvaks

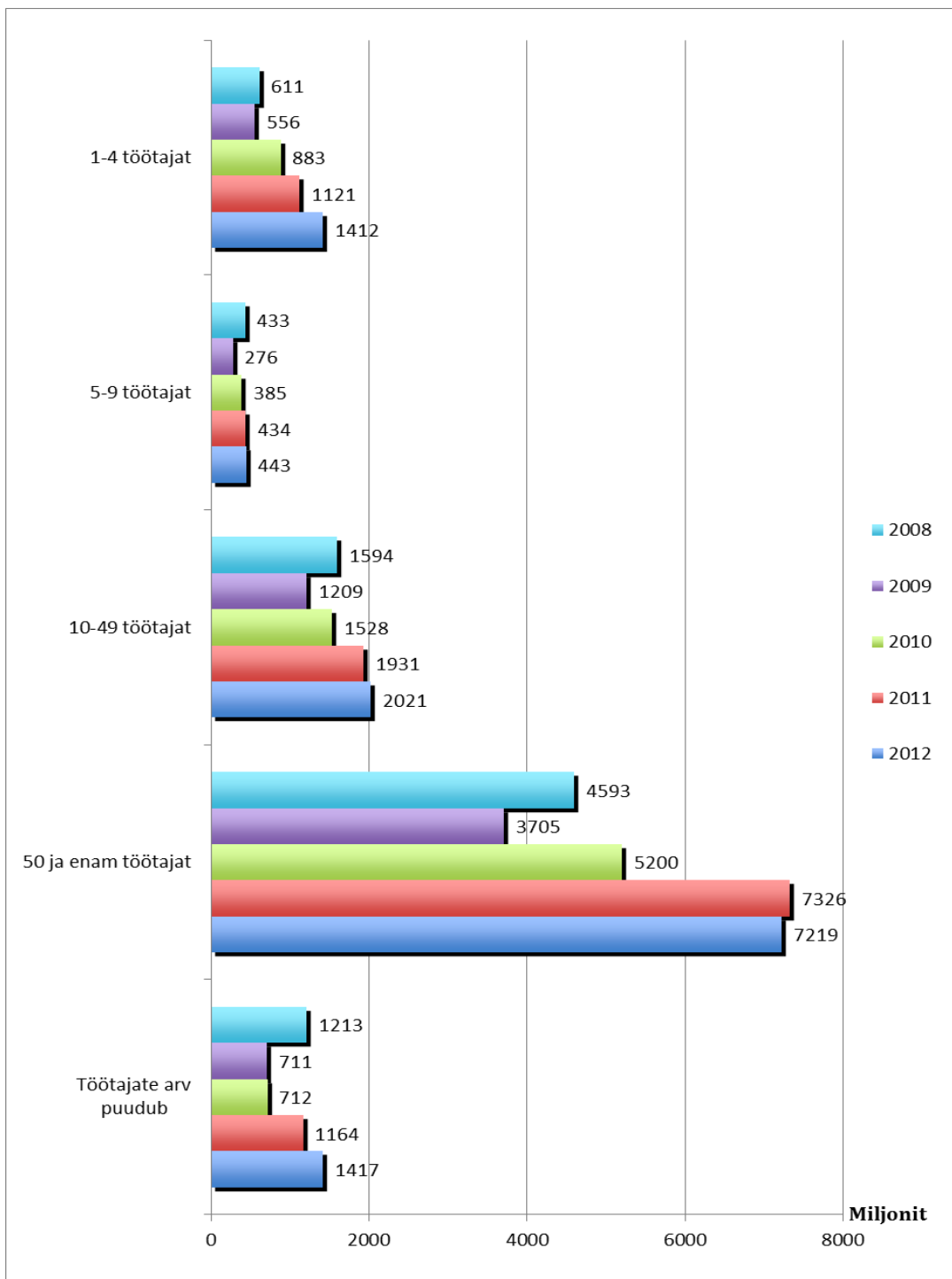
☐ langevaks

## Lisa 2. Eesti eksportööride arv aastast 2008–2012



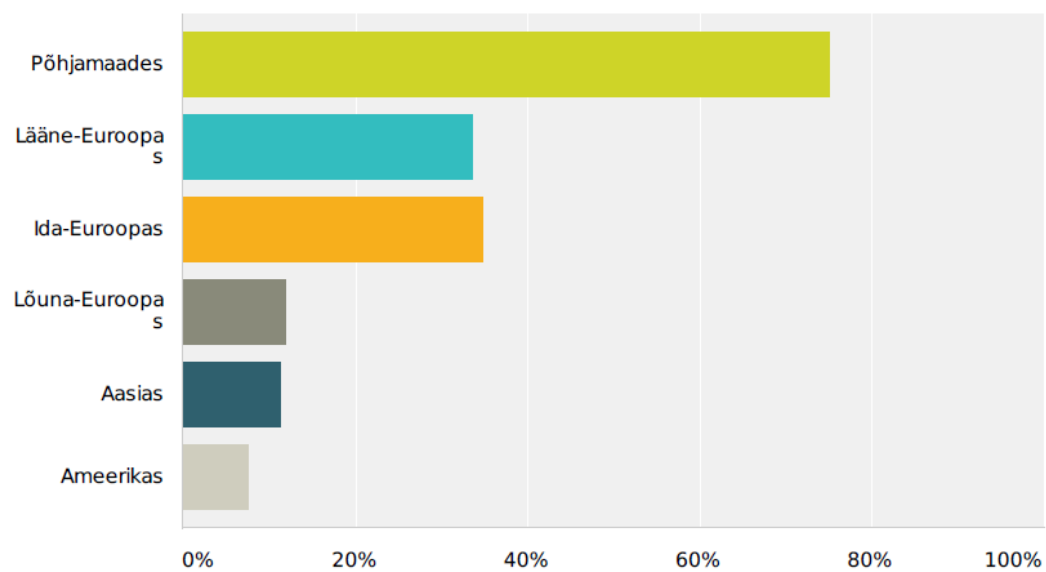
Allikas: autori koostatud (Statistikaamet 2013 põhjal).

### Lisa 3. Eesti eksportööride ekspordimaht miljonites eurodes 2008–2012



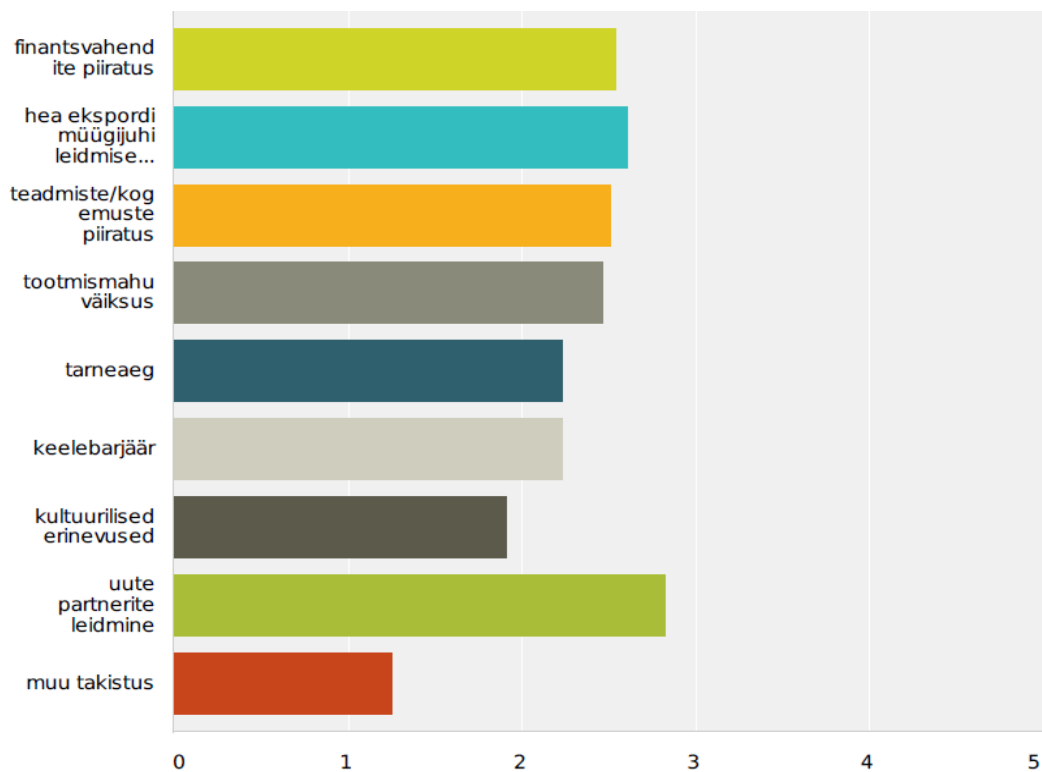
Allikas: autori koostatud (Statistikaamet 2013 põhjal).

## Lisa 4. Koguvalimi rahvusvaheline regiooniline jaotus



Allikas: autori koostatud

## Lisa 5. Ettevõtjate hinnangud 4 palli skaalal loetletud takistustele rahvusvahelistumisel



Allikas: autori koostatud.

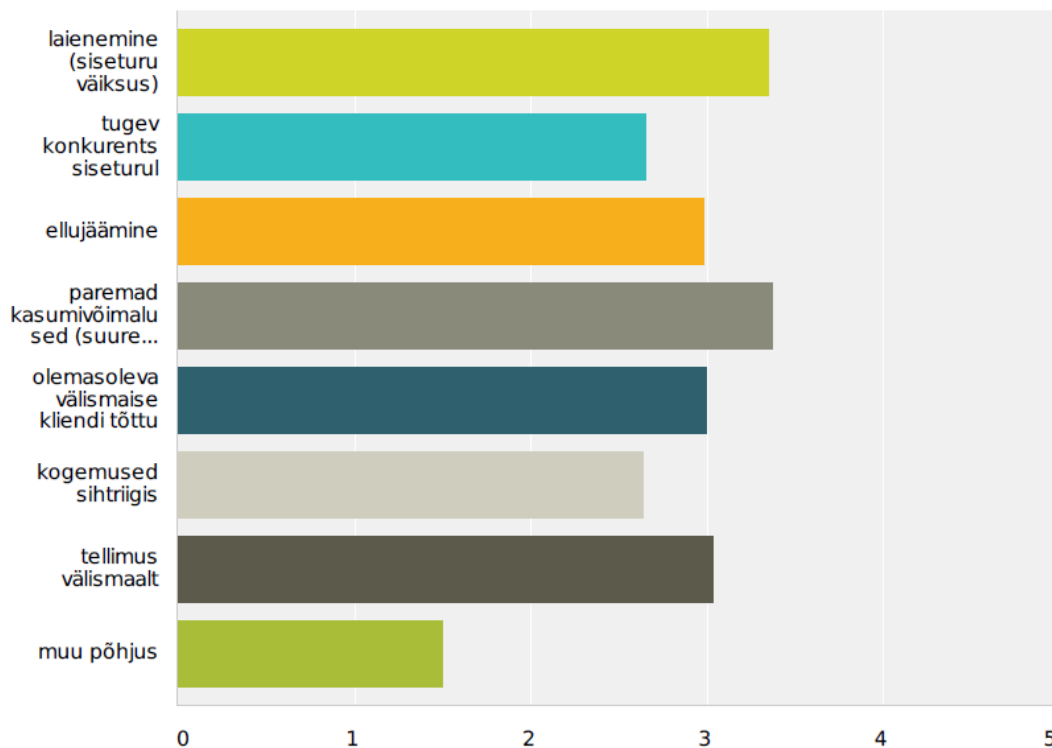
## Lisa 6. Üldvalimi välismeetodite jaotus

ekspordi, kus eksporti teostab ekspordiga tegelev enda ettevõtte inimene Eestis	45,50%
ekspordi, läbi kodumaise vahendaja	7,98%
ekspordi, kus sihtriigis on esindaja või vahendaja	22,70%
litsentsimise või frantsiisi	2,45%
ühisturunduse	0,61%
allhanke	15,95%
investeeringu	1,23%
muu viisi, millise?	3,68%

Allikas: autori koostatud.

## Lisa 7. Ettevõtete hinnangud 4 palli skaalal rahvusvahelistumise põhjuste kohta

(1–ei ole oluline; 2–pigem ei ole oluline; 3–pigem on oluline; 4–väga oluline; 0–ei oska öelda)



Allikas: autori koostatud.

**Lisa 8. Uuringuküsimuste protsentjaotustabelid mikro– ja väikeettevõtete lõikes.** Tabelid 1–6.

**Lisa 8. Tabel 1.**

		Kas mikro– või väikeettevõtte?	
		mikro	väike
Milline on Teie ettevõtte tegevus?	Tootmine	20%	61%
	Teenus	51%	27%
	vahendus	30%	12%
Palju moodustab käibest ekspordi osakaal?	10–15%	15%	22%
	16–20%	9%	6%
	21–30%	7%	7%
	31–40%	6%	10%
	41–50%	8%	11%
	51–60%	3%	4%
	61% ja rohkem	51%	41%
Kas peate enda ettevõtte välisurgudele sisenemist pigem	juhuslikuks?	24%	19%
	planeerituks?	77%	81%
Kas sihtriigi valikul mängis olulist rolli muuhulgas ka geograafiline lähedus?	Jah, mängis olulist rolli	66%	66%
	Ei mänginud olulist rolli	34%	34%
Kas sihtriigi valikul mängis olulist rolli muuhulgas ka kultuuriline lähedus?	Jah, mängis olulist rolli	39%	28%
	Ei mänginud olulist rolli	61%	72%
		mikro	väike
Rahvusvahelistumine toimub läbi	muu viisi	5%	2%
	Ekspordi, kus ekspordi teostab ekspordiga tegelev enda ettevõtte inimene Eestis.	42%	51%
	ekspordi, läbi kodumaise vahendaja	11%	5%
	ekspordi, kus sihtriigis on esindaja või vahendaja	23%	24%
	litsentsimise või frantiisi	3%	2%
	ühisturunduse	0%	2%
	allhanke	14%	15%
	investeeringu	1%	2%
Kas laienetud on Euroopast välja?	Ei	77%	82%
	Jah	23%	19%



**Lisa 8.** Tabel 1 järg

Kuidas hindate ajakulu turgude valikule ja väljavalitud sihtturu turu–analüüsile?	üsna väikseks	35%	27%
	keskmiseks	51%	57%
	piisavaks	14%	16%
Kas välisturule sisenemisel on kasutatud eksporditoetusi ?	Jah	7%	22%
	Ei ole	93%	78%
Kas omate informatsiooni ekspordialastest toetustest?	Jah, ma usun küll	30%	57%
	Pole kindel	29%	24%
	Ei oma	42%	19%

**Lisa 8. Tabel 2.**

Kas mikro– või väikeettevõte?		mikro	väike
Kas Teie ettevõte on mõnelt turult täielikult või osaliselt taandunud?	Jah	35%	43%
	Ei	65%	57%
[ühekordne tellimus] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		13%	22%
[kaugus] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		3%	12%
[väikesed tellimused] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		12%	14%
[tarneaeg] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		1%	0%
[Eestist tuli piisavalt tellimusi] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		3%	1%
[tihe konkurents] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		7%	15%
[välismaiste partneritega mitte sujuv koostöö] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		14%	14%
[kultuurilised barjäärid] Kui on toimunud mõnelt turult tagasi taandumine, siis millistel põhjustel?		0%	4%
Kas hindate enda rahvusvahelist tegevust hetkel	suhteliselt korrapäraseks, planeeritud ja stabiilseks tegevuseks?	79%	83%
	suhteliselt korrapäratuks, juhuslikuks ja ebastabiilseks tegevuseks?	21%	18%
Kuidas hindate enda ettevõtte rahvusvahelistumise perspektiive?	stabiilseks	52%	53%
	tõusvaks	45%	44%
	langevaks	4%	3%

**Lisa 8. Tabel 3.**

		Kas mikro– või väikeettevõtte?	
		mikro	väike
[laienemine (siseturu väiksus)] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	2%	3%
	ei ole oluline	13%	3%
	pigem ei ole oluline	9%	9%
	pigem oluline	20%	21%
	väga oluline	57%	65%
[tugev konkurents siseturul] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	2%	3%
	ei ole oluline	16%	18%
	pigem ei ole oluline	36%	27%
	pigem oluline	22%	21%
	väga oluline	24%	30%
[ellujäämiseks] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	5%	3%
	ei ole oluline	10%	21%
	pigem ei ole oluline	17%	6%
	pigem oluline	26%	36%
	väga oluline	43%	33%
[paremad kasumivõimalused (suurem tarbijaskond, parem müügihind vms.)] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	9%	3%
	ei ole oluline	2%	9%
	pigem ei ole oluline	13%	0%
	pigem oluline	24%	37%
	väga oluline	52%	51%
[olemasoleva välismaise kliendi tõttu] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	7%	0%
	ei ole oluline	11%	6%
	pigem ei ole oluline	20%	21%
	pigem oluline	22%	41%
	väga oluline	41%	32%
[kogemused sihtriigis] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	4%	0%
	ei ole oluline	15%	21%
	pigem ei ole oluline	30%	18%
	pigem oluline	22%	38%
	väga oluline	28%	24%
[tellimus välismaalt] Hinnake 4–palli skaalal kui olulist rolli omasid järgnevad aspektid Teie ettevõtte rahvusvahelistumise põhjustajatena (1–ei ole oluline; 4–väga oluline).	ei oska öelda	2%	3%
	ei ole oluline	16%	9%
	pigem ei ole oluline	16%	18%
	pigem oluline	24%	24%
	väga oluline	42%	47%

**Lisa 8. Tabel 4.**

		Kas mikro– või väikeettevõtte?	
		mikro	väike
[ekspordikogemus] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	2%	9%
	ei ole oluline	22%	26%
	pigem ei ole oluline	24%	31%
	pigem oluline	28%	23%
	väga oluline	24%	11%
[vastav haridus] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	9%	3%
	ei ole oluline	20%	23%
	pigem ei ole oluline	22%	46%
	pigem oluline	29%	17%
	väga oluline	20%	11%
[rahvusvaheline töötajaskond] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	4%	3%
	ei ole oluline	33%	43%
	pigem ei ole oluline	33%	37%
	pigem oluline	15%	11%
	väga oluline	15%	6%
[ärivõrgustikud sihtriigis] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	2%	3%
	ei ole oluline	18%	40%
	pigem ei ole oluline	16%	14%
	pigem oluline	33%	23%
	väga oluline	31%	20%
[välismaal töötamise või elamise kogemus] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	4%	3%
	ei ole oluline	33%	40%
	pigem ei ole oluline	24%	31%
	pigem oluline	20%	17%
	väga oluline	18%	9%
[eelnev rahvusvaheline töökogemus] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	5%	3%
	ei ole oluline	16%	38%
	pigem ei ole oluline	5%	15%
	pigem oluline	46%	29%
	väga oluline	30%	15%
[ekspordivõimaluste ja toetustekohane info tugiorganisatsioonidelt] Hinnake 4 palli skaalal järgnevaid aspekte Teie ettevõtte sellealaste teadmiste ja kogemuste kohta enne rahvusvahelistumist (1–ei olnud oluline; 4–väga oluline ning väga määrav).	ei oska öelda	7%	6%
	ei ole oluline	58%	43%
	pigem ei ole oluline	18%	37%
	pigem oluline	11%	11%
	väga oluline	7%	3%

**Lisa 8. Tabel 5.**

		Kas mikro– või väikeettevõtte?	
		mikro	väike
[turgude valiku protsess] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	0%	3%
	ei kasutanud	55%	44%
	kasutasime vähesel määral	17%	27%
	kasutasime piisavalt	19%	24%
	kasutasime palju	10%	3%
[sihtturu–analüüs] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	0%	0%
	ei kasutanud	41%	35%
	kasutasime vähesel määral	29%	24%
	kasutasime piisavalt	17%	27%
	kasutasime palju	14%	15%
[eelkohtumised] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	0%	0%
	ei kasutanud	23%	9%
	kasutasime vähesel määral	23%	35%
	kasutasime piisavalt	40%	29%
	kasutasime palju	14%	27%
[koolitused] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	2%	0%
	ei kasutanud	69%	47%
	kasutasime vähesel määral	19%	32%
	kasutasime piisavalt	7%	21%
	kasutasime palju	2%	0%
[messid] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	0%	0%
	ei kasutanud	50%	27%
	kasutasime vähesel määral	29%	18%
	kasutasime piisavalt	14%	32%
	kasutasime palju	7%	24%
[internetist kontaktide otsimine] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	2%	0%
	ei kasutanud	38%	27%
	kasutasime vähesel määral	19%	24%
	kasutasime piisavalt	24%	24%
	kasutasime palju	17%	27%
[abiorganisatsioonidega koostöö (EAS, Kaubandus– ja Tööstuskoda jt.)] Hinnake 4 palli skaalal järgnevate tegevuste kasutamist Teie ettevõtte poolt enne rahvusvahelistumist (1–ei kasutanud; 4–kasutasime palju).	ei oska öelda	2%	0%
	ei kasutanud	81%	47%
	kasutasime vähesel määral	7%	29%
	kasutasime piisavalt	5%	21%
	kasutasime palju	5%	3%

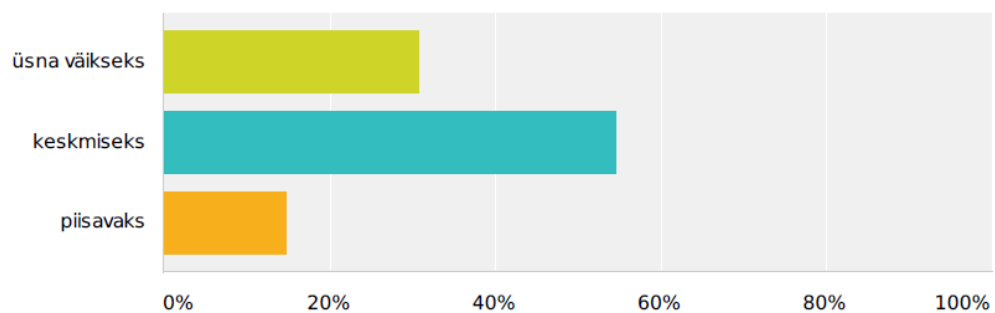
**Lisa 8. Tabel 6.**

		Kas mikro– või väikeettevõtte?	
		mikro	väike
[finantsvahendite piiratus] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	2%	0%
	ei ole oluline	21%	17%
	pigem ei ole oluline	21%	26%
	pigem oluline	36%	43%
	väga oluline	19%	14%
[hea ekspordi müügi juhi leidmise probleemid] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	3%	0%
	ei ole oluline	28%	14%
	pigem ei ole oluline	30%	20%
	pigem oluline	18%	31%
	väga oluline	23%	34%
[teadmiste/kogemuste piiratus] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	0%	0%
	ei ole oluline	17%	6%
	pigem ei ole oluline	36%	40%
	pigem oluline	33%	43%
	väga oluline	14%	11%
[tootmismahu väiksus] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	2%	3%
	ei ole oluline	24%	9%
	pigem ei ole oluline	24%	34%
	pigem oluline	44%	43%
	väga oluline	5%	11%
[tarneaeg] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	5%	3%
	ei ole oluline	31%	14%
	pigem ei ole oluline	36%	46%
	pigem oluline	17%	29%
	väga oluline	12%	9%
[keelebarjäär] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	0%	3%
	ei ole oluline	32%	26%
	pigem ei ole oluline	29%	34%
	pigem oluline	17%	29%
	väga oluline	22%	9%
[kultuurilised erinevused] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	0%	3%
	ei ole oluline	43%	37%
	pigem ei ole oluline	21%	43%
	pigem oluline	26%	14%
	väga oluline	10%	3%

**Lisa 8. järg**

[uute partnerite leidmine] Hinnake 4 palli skaalal takistavate tegurite olulisuse määra tegutsemisel Teie peamises sihtriigis Teie ettevõtte jaoks (1–mitte oluline takistus; 4–väga oluline takistus).	ei oska öelda	2%	0%
	ei ole oluline	12%	11%
	pigem ei ole oluline	24%	17%
	pigem oluline	43%	34%
	väga oluline	19%	37%

## Lisa 9. Ettevõtjate hinnangud sihtturu- analüüsile ning valikuprotsessile

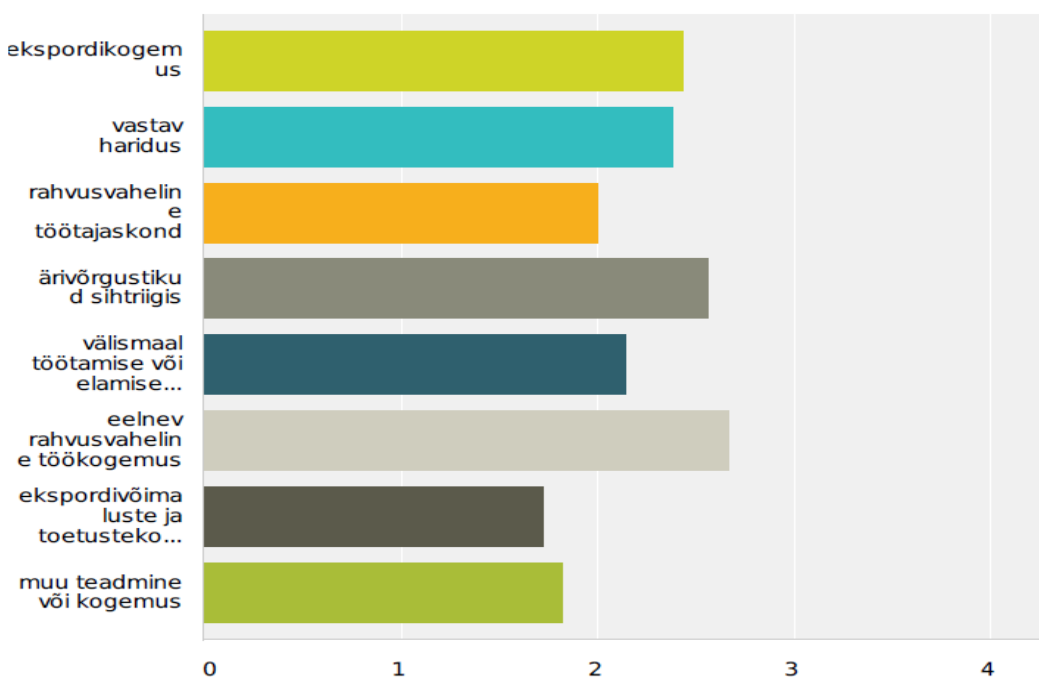


Allikas: autori koostatud.



## Lisa 10. Ettevõtete hinnangud 4 palli skaalal teadmiste ja kogemuste kohta

(1–ei olnud oluline; 2–pigem ei olnud oluline; 3–pigem oli oluline; 4–väga oluline; 0–ei oska öelda)



Allikas: autori koostatud.

## **SUMMARY**

### **SMALL FIRMS INTERNATIONALIZATION IN THE COMPARISON OF ESTONIAN MICRO-AND SMALL ENTERPRISES**

Kadiliina Kuusik

Globalization and the major developments in technology have made it possible also for small enterprises to compete successfully in international arena. These outside factors do not assure the international success despite the company does not have internal competencies needed in a complex process of internationalization. Financial assets are not the only aspects limiting the international opportunities, but also lack of other intangible resources like knowledge, experience, innovation, high-technology, management orientation aso. The concept in internationalization as the playground for only big enterprises has changed a lot during past few decades as we see more and more small enterprises being internationally active many of them considering whole world as their global marketplace. Also the trend is that more and more small enterprises do not have their internationalization as step by step process in parallel with experience accumulation as it was expected to be by older, incremental theories, but internationalizing takes place even right after the inception and not necessarily in the order of physically and psychically close countries.

The theme of the present master thesis is important because of two main aspects: SMEs are more than 99% of all European businesses and what is even more intriguing is that nine out of ten SMEs are actually micro enterprises with less than 10 employees that makes it very important to understand their role in economy. Second aspect is due to global trends where despite resource constraints we see the increasing role of small firms being active in international trade. The author considers to observe micro-and small enterprises separately

from SMEs because the aspects in internationalization can not be jointly comparable within the whole group containing one to 249 workers. Another issue is the lack of empirical researches on the topic: there are very limited works on internationalization of small- and even more less papers exploring separately microenterprises. The internationalization of small and micro-businesses (rather than merely medium-sized firms) in different contextual perspectives like industry or regional were considered to be underexplored and/or emerging areas in existing SME research. The present master thesis is for fulfilling the research gap examining Estonian micro- and small enterprises. The topic is to the author very interesting and close to soul because of her experiences in the field of microcompanies managing. Present jobs as the development manager in agricultural trading company developing import and export and the founder and manager in microcompany launching the niche product from Estonian birch sap, the participation of ITM (International Trade Management) programs are only the few examples of the current activities showing the very close connection and interest to the topic.

The purpose of present master thesis is to find the differences and similarities between Estonian micro- and small enterprises regarding mainly from the following internationalization aspects like internationalization time (speed of internationalization), scale (export intensity and foreign operation method) and scope of internationalization (number of markets, regions). In addition, the author also compares other important aspects derived from the internationalization theories like previous knowledge and experiences. The author also considered important to observe the reasons, obstacles also in comparison of micro-and small firms. The tasks that help to achieve the objective are:

1. To give a theoretical overview of the main internationalization theories from the 1970s mainly focusing on incremental- versus born-global approaches;
2. To examine the empirical researches on SMEs internationalization with special interest in the more limited amount of papers on small- and microenterprises;
3. To observe the researches on SMEs internationalization patterns with the aim to design the model to compare also our sample groups regard to internationalization pathways;

4. To conduct the survey among Estonian exporting micro-and small enterprises , analyse the results in comparison of earlier studies with the aim to indentify similarities and differencies in different internationalization aspects;
5. To design the model of internationalization pathways to determine and compare the patterns among micro-and small enterprises in the framework of incremental and born-global (international new ventures) approaches;
6. To control the hypotheses by significance testing and compare the other internationalization aspects between micro-and small enterprises and to draw conclusions;
7. To make suggestions to further research.

As previously said, fast development in technology together with globalization have made it possible to see the internationalization process as the natural part of enterprises development where almost every launched enterprise is affected by at least some kind of international challenge like import, export or some other foreign operation method. This fact makes internationalization, also internationalization pathways or patterns as one of the most popular topics among researchers. These patterns are the basis for internationalization models as internationalization is considered to take place as incremental or non-incremental process. Opposite from previous ones, the newest approaches see internationalization as a non-linear process. Models from 1970s differ from each other regard to different internationalization aspects like previous experience and knowledge, networks, scope, scale, time (speed), market physic and phsyhic distance, characteristics of enterpreneur, organizational capabilities like market knowledge, intangible assets, strategic focus aso.

The oldest most integral model named after the Uppsala university researchers Johanson, Vahlne and Wiedersheim-Paul is describing internationalization as gradual process taking place in stages. In this dynamical model company`s international involvement is increasing through learning process gained from market knowledge and experience. It is like process in stages initiated in the markets perceived physically, culturally, economically etc. closest to the domestic market.

In 1990s the authors Oviatt, McDougall, Knight and Cavusgil challenged the gradualist models as seeing many companies internationalizing more rapidly, skipping stages and

using higher commitment foreign operation methods . Within few years they manage to reach a certain degree of internationalization and they are internationally active also in more distant markets. These enterprises being globally competitive were mostly knowledge-intensive enterprises with unique and high-tech products. Also the competencies of management like global vision, international orientation, previous international experience and network were determined. These companies are called born globals or international new ventures.

The present study showed that the majority of Estonian micro-and small enterprises are fast internationalizers, starting export within three years after the inception, today being internationally active in fewer than five markets. As the above described internationalization approaches consider time as the starting position, the author finds it problematic because we can not assert that fast internationalizer in the beginning does not continue his internationalization activities as step by step movement regarding to gradualist models.

International business has long been considered as a playground for big resource-rich multinationals. Trends in globalization and significant advances in technology have made it possible for also resource-constrained smaller firms to compete successfully in international trade. Empirical studies have found that there is a positive correlation between the firm size and international capabilities. Despite fewer studies have challenged the result by finding no or very limited correlation, overall statistics still confirm the size of enterprise and their international involvement to be positively correlated. The present master thesis pointed out the table based on very wide sample of European SMEs where we can see microenterprises being more less internationally active in using different foreign operational methods compared to their bigger counterparts.

But it is concluded from the empirical data that foreign market entry process of a newly established firm is determined not only by the tangible but also intangible assets. Due to limited tangible assets, the author finds intangible assets to be a very important aspect in smaller firms internationalization being the opportunity to compensate the resource-

constraints in one side. Behind the international success of small-size high-tech companies, having the most probable born-global profile, are considered to be new innovation developments and realizations, finding the narrow niches and fast responding and adapting to the external environment.

Fillis as one of the few authors studying craft microcompanies in the industrial context divided enterprises regarding to the entrepreneur attitude where internationally oriented leader should want to expand his business being proactive and risk-taking. The entrepreneur should take into account the market needs and he must understand the importance of networks. The small size and youth can be the advantages in the form of flexibility and agility both being very important factors in present days internationalization processes. Small size can assure compactness and effectiveness. To sum up, it can be said that the entrepreneur of a small international microfirm must be creative, flexible, very good communicator and fast.

Over the past few decades more researchers have concentrated their attention toward SMEs internationalization but still there are fewer researches dealing with the small-sized and even more less studies observing separately microenterprises. The present master thesis is for fulfilling this research gap because due to very big differences between resources and capabilities of a company with few employees and over 240 employees, the author finds more segmented research needed to be essential in the internationalization. The author tries to give her remarkable contribution to supplement the earlier results in studying Estonian micro- and small enterprises as separate size groups comparing them between each other with the main aim to discover statistically significant differences.

The author finds the aim of the present master thesis have been fulfilled because in the addition of the interesting results we can also make, due to the sample size in almost 200 enterprises participation, cautious conclusions to the overall sample, at least in regional context as micro-and small firms of a very small and open economy like Estonia were studied. Presented hypotheses based on the dimensions of internationalization approaches like time and internationalization scale helped to better understand the structure and global

scope and scale of Estonian micro- and small enterprises. As many differences were discovered it can be affirmed that the present topic needs to be studied in more segmented way.

The results of the survey indicated microenterprises compared to small enterprises to be more fast internationalizers internationalizing within three years after inception. There was much more proportion of small companies internationalized within 7-10 or 11 and more years. The statistically significant difference was detected resulting H1: microenterprises internationalize slower, not to be supported. On the contrary, it turned out that small companies internationalized more slowly than their smaller counterparts. It can be assumed that microentrepreneurs are more risk-taking and reactive and due to the smaller size their decisions are more spontaneous and put into practice faster. One possibility derived from the theories is also being less experienced, so they do not plan very properly their pre-activities because they are not aware of all risks to take into account. Small enterprises seem to internationalize more regard to gradual models securing their position initially in domestic market and thereafter plan to expand their activities abroad.

In the second hypothesis microenterprises activity in smaller number of markets was presumed. The big differences from the comparison table was noticed as more proportion of microenterprises being active in 1-2 markets (44% versus 22%) and more proportion of small enterprises being active in 5 or more markets (42% versus 26%). Still H2 was not supported and no significant difference was detected in resulting to stay to H0 saying there are no significant differences between firm size and markets number.

Regarding to the H3, we found the opposite significantly important connection as bigger proportion of microfirms tend to internationalize also to more distant countries. This showed that despite of resource constraints there are an amount of microfirms (more than small firms) who can be a potential group of born globals. Also similar conclusions made over microenterprises in H1 (about risk-taking and so on) can be derived. Regarding to theories high-technology companies being most likely born globals it was also controlled by statistics are there really more ICT companies among microenterprises. Results

confirmed the biggest proportion and foreign sales volume from microenterprises out of all exporters, but still percentual division among size groups was a bit higher in small enterprises. So the conclusions can not be made and only the assumption that the present sample containing more ICT companies in microenterprises can be proposed.

The present paper also tried to find confirmation to theories where together with experiences gathered with years the international scale is increasing. It was tend to be that internationally more experienced companies act in bigger number of markets as initially presumed was found. The author found also interesting to look at other relations: between internationally active years and international scale (in respect of close and distant countries not in market number as proposed in H4 and also between internationally active years and speed of internationalization. First relation also improved to be statistically significant. The latter one revealed the phenomenon that among the fastest internationalizers there was a smallest group of actors only in close markets. This again shows the trend as companies internationalizing very fast and also to the distant areas.

Comparing foreign operational methods big differences were not found: almost half of both size groups used direct export using own company resources, 23% used foreign intermediaries and 15% were internationalized through sourcing. Microenterprises tended to use more domestic intermediaries (11% versus 6%).

Exploring about the export stimulus, no significant differences were detected: the most important reason to export was the small size of domestic market. The result is in accordance with previous studies where opposite correlation between market size and international activity of companies has been found. Also, the random orders and already existing foreign client was more mentioned aspects showing the companies not having international strategy and acting quite reactively.

Further on, the pre-activity period was taken under the observation. The most commonly used activities were pre-meetings, contact searching from internet, market analysis and visiting exhibitions. Biggest statistically significant difference was in the light of the



exhibition visiting and cooperation with EU funds seemed to be more popular among small enterprises.

Asking about the previous knowledge and experiences international work experience (53%) and business networks in the target market (48%) were considered as the most important aspects. For a half of respondents, export experience and education were important, for the other half, not important. Statistical evidence was not found but still it was seen that microenterprises valued more highly all aspects in the field of knowledge and experience.

The main obstacle for both size groups was finding new partners. The author considers the result quite remarkably different from previous analogous study results. The author absolutely agrees with it having faced similar difficulties. Government should take it under consideration to help micro- and small entrepreneurs in finding foreign partners. Second aspect was predicted obstacle: lack of financial resource. In addition it can be pointed out that for small companies it was also important difficulty to find an export manager (65% versus 42%). The author concludes that due to financial constraints microcompanies try to handle with existing staff and that is why do not see it as a big problem.

Analysing and comparing the internationalization pathways between micro- and small enterprises regarding to the main approaches: incremental versus non-incremental and Kuivalainen, Sundqvist, Saarenketo (2012) model, similar results to our previous findings can be presented. Bigger proportion of microenterprises belong to fast internationalizers starting their activity within three years (83% versus 68%). In summary it can be pointed out that as more small companies tend to internationalize more traditionally in step by step manner (20% versus 10%), there was also a bigger proportion of companies among them classified as born again globals (11% versus 3%). The latter ones are firms that have been well secured in their domestic markets and after certain time began their rapid internationalization. The majority of enterprises in both size groups were fallen to the potential international new venture group active regionally, in less than 5 countries.

This thesis has indicated the need to study internationalization in more segmented size groups by finding if there are significant differences regarding internationalization time (if

micro enterprises internationalize faster), and global scale (if micro enterprises are more global due to being less risk averse and behaving more opportunistically and sporadically than small enterprises).

The author suggests to carry out the same research as the pilot research with the most global enterprises to study in more detailed way using case-analysis about their critical incidents, challenges, both good and bad experiences in the certain internationalization stages. These enterprises should be treated in individual level finding out the characteristics of the entrepreneur, views and attitudes, previous experiences and knowledge.

As the questionnaire has divided sample also to the size groups: 1–4; 5–9; 10–20; 21–49 employees it is possible to continue with the same survey to study and analyse results in more deep size groups and see is there some critical level of human resource playing role in internationalisation activity or no significantly statistical differences can be detected.

The author also agrees with earlier empirical findings suggesting that because the longitudinal studies in internationalization research are very rare it should be more under attention that internationalization is a dynamic process and with static studies we can not deeply understand the internationalization developmental process.

As the entrepreneur the author of the present thesis suggests government when in funding to consider the small firms internationalization in more internal resource based. Exporting company should have a whole package of intangible assets, lots of them coming outside from the internationally competitive product like entrepreneurs with experiences, networks and international orientation. To sum up, there is also the individual level that should be more under consideration. There are lots of internationally capable small firms having no support from funds. More should be invested in the small companies with high international competencies who will need the financial resources to go global or more global.

Results showed that the most important difficulty was to find new foreign partners. Similarly, the author as being associated with international microenterprises has faced the

same problems. There are some organizations helping enterprises in the field but experience had demonstrated that the help is almost non-existent. Estonian Chamber of Commerce and Industry in the person Kadri Rist has been a big contributor and the authors grate thanks to her. But as the lack of other personnel dealing with the topic is seen, the author suggests government to consider investment in that area because smaller enterprises need the help in finding new partners crucially.

Also, when studying the internationalization, a very important aspect is industry-specificity that makes studied companies very different from each other. High technology and traditional producers' internationalization capabilities are very unlike and, to get reliable results, we cannot treat them as a homogeneous group.

To sum up the suggestion part, it can be concluded that research on micro firms' internationalisation is under-researched and it needs more attention because they form the majority of all companies in the world and they are becoming more and more active and competitive in international trade.

**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina Kadiliina Kuusik

*(autori nimi)*

(sünnikuupäev: 28.05.1982)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Väikeettevõtete rahvusvahelistumine Eesti mikro-ja väikeettevõtete võrdluses, *(lõputöö pealkiri)*

mille juhendaja on vanemteadur, PhD Tiia Vissak,  
*(juhendaja nimi)*

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace–is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace´i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **23.05.2013**